

# MEDIA SOSIAL: KE MANA ARAHNYA?

Penulis Jemputan:

**Nor Zabetha Muhamad Nor**

James Ng, seorang pemuda berbangsa Cina. Bapanya seorang mekanik yang membuka bengkel perniagaan kecil-kecilan dan dibantu oleh ibunya sebagai seorang kerani. Besar harapan ibu bapanya untuk membesarkan anak-anaknya menjadi manusia yang berjaya.

James kemudiannya melanjutkan pelajaran ke Amerika Syarikat. Namun pada tahun 2016, bapanya menghubungi James untuk pulang dan mengusahakan perniagaan mereka. James pulang ke Malaysia dan membantu bapanya tetapi malangnya banyak halangan dan kesusahan terpaksa James hadapi sehingga menyebabkan James kecewa.

Pada 2020, James mula membuka akaun TikTok menggunakan nama akaun Boss James. Melalui platform TikTok ini, James merakam dan memuatnaik video-video pendek berbentuk drama pendek, komedi dan juga nasihat. Kaedah ini adalah cara



pemasaran secara soft-selling bagi memperkenalkan perniagaan James dan mempromosikan jualan motosikal secara tidak langsung.

James turut mengembangkan perniagaan dengan cara pengiklanan melalui Facebook, dan Instagram. Media sosial milik orang lain juga turut berkongsi video-video dari James. Menggunakan Bahasa Melayu dan slanga harian dengan gaya penyampaian yang santai serta diselitkan elemen-elemen yang lucu membuatkan pengguna media sosial terhibur untuk menonton video-video Boss James.

Betapa James bijak menggunakan peluang dan sejajar dengan zaman teknologi. Hasil dari video pemasaran secara *soft-selling* yang dirakam James telah mempertingkatkan jualanannya sehingga jutaan ringgit sebulan. Siapa sangka platform TikTok yang sering ditafsirkan sebagai medium hiburan santai dengan pelbagai ikutan, gaya tarian, idea-idea hiburan ini menjadi satu platform peniaga kecil untuk meraih jutaan ringgit sebulan.

*“Pada tahun 2020, bermulalah hidup saya dalam dunia media sosial. Dengan TikTok saya berjaya mendapat ‘fans’, saya berjaya mendapat kepercayaan, saya berjaya mendapat banyak ‘sales’. Kerana TikTok, saya menjadi orang ternama. Kerana TikTok, saya menjadi ‘famous’. Kerana TikTok, banyak orang percaya kepada saya dan ingin memberi peluang kepada saya”,* kongsi James dalam satu majlis perkongsian tentang kejayaan hidupnya.

Hanya dalam tempoh 1 tahun sahaja, James telah berjaya mempertingkatkan jualan sehingga jutaan ringgit. Kisah James ini adalah satu contoh pengguna media sosial yang bijak menggunakan peluang.

Kita sering membaca pelbagai perkongsian berita tentang bahayanya media sosial dan bagaimana media sosial ini menjadi satu ketagihan. Mengikut kajian yang dilaporkan oleh Astro Awani pada tahun 2018, Malaysia adalah antara 10 negara yang tertinggi di dunia yang mana rakyatnya banyak meluangkan masa di media sosial dengan purata kiraan 3 jam sehari bagi setiap individu.

Selain itu, banyak berita kegiatan jenayah siber, pemangsa seksual, ejekan tubuh (*body shaming*), buli siber, fitnah hasutan telah dilaporkan. Walaupun kita tahu bahaya disebalik media sosial ini dan risikonya, tetapi ia telah menjadi sebahagian daripada hidup kita. Mungkin tidak keterlaluan, jika saya katakan ianya satu keperluan dan bukan lagi kehendak kepada sesetengah golongan.

Malahan dunia kewartawanan dan penyampaian berita juga tidak lagi hanya terikat dengan kaedah pencetakan lama.

Hampir semua dari bidang ini telah menggunakan media sosial sebagai platform utama bagi menyampaikan berita. Media sosial telah berubah menjadi arus perdana.

Memetik dalam buku, ‘Likeable Business, Why Today Consumers Demand More and How Leaders Can Deliver’, (2012) oleh Dave Kerpen:

***“When I was a child, I remember a family meal at a local diner that led to three of us getting food poisoning. My mom called the restaurant and complained, threatening to call the local media and have the restaurant written up in our local newspaper.***

***Twenty-five years later, that newspaper no longer exists. In fact, the entire face of the media has changed. I now have more Twitter followers than the circulation of many small-town newspapers, at least those that are still around..”***





Tidak seperti 35 tahun dahulu, zaman sekarang adalah zaman suara pengguna, zaman mata pena dan zaman tiada sempadan. Dalam buku ini, Dave Kerpen menjelaskan betapa media sosial telah membuka peluang kepada dunia perniagaan sekiranya digunakan dengan kaedah yang betul dan sekiranya tersilap langkah, ia umpama senjata yang akan menjerat dan menjatuhkan perniagaan kita.

Situasi yang sama berlaku dalam kes tular 'Ikan Siakap Langkawi yang berharga RM1,000'. Bermula dari perkongsian seorang pengguna media sosial berkaitan dengan pengalamannya yang makan tengahari di Restoran Terapung dan terkejut dengan harga seekor ikan siakap bernilai RM1,196 dengan berat di sekitar 7 kilogram. Ternyata harganya sangat mahal berbanding harga ikan siakap yang bernilai antara RM14 hingga RM17 sekilogram sewaktu berita ini tular.

Hasil dari perkongsian pelanggan ini, ramai yang tampil berkongsi pernah mengalami situasi yang sama, sehingga kes ini berjaya mendapat perhatian seluruh rakyat Malaysia pada ketika itu. Sepasukan pegawai dari Kementerian Perdagangan Dalam Negeri dan Hal Ehwat Pengguna (KPDNHEP) telah melakukan siasatan di Restoran Terapung tersebut.

Kisah ini semuanya bermula dengan perkongsian seorang pengguna di media sosial yang meluahkan

perasaannya kemudian dikongsikan oleh rakan-rakan di platform media sosial seterusnya dikongsikan oleh pengguna-pengguna lain. Seterusnya mendapat liputan dari pihak media atas talian, perkongsian tabloid dan juga pengengaruh (*influencer*) lain di media sosial yang berkongsi berita dan memberikan pendapat masing-masing.

Begitulah pantas penyampaian berita di media sosial, dari seorang pengguna media sosial kepada pengguna media sosial yang lain dan tiba-tiba telah sampai kepada ratusan ribu dan jutaan orang. Baiknya, jika berita yang dikongsikan itu tepat, sahih dan dapat memberikan manfaat. Namun media sosial ini medannya bukan 'Apa yang betul?', sebaliknya 'Apa yang sensasi?'. Sama ada sahih atau tidak, hal ini tidak penting, yang paling utama ialah apa yang sensasi. Kerana itu ramai orang berlumba-lumba menyampaikan berita yang paling sensasi.

Semak dahulu sebelum sebar ya!





Malahan media sosial juga dianggap sebagai medan mencari keadilan. Ramai yang menjadikan media sosial sebagai Mahkamah Pendapat Awam (*Court of Public Opinion*). Keadilan di sini diperolehi daripada anggapan awam, dan hakim-hakimnya juga terdiri daripada orang awam, serta hukumannya adalah kecaman, ugutan, kacau ganggu atau dipulaukan.

Mahkamah Pendapat Awam ini sangat berbahaya kerana beban pembuktiannya terlalu longgar dan mudah. Tambahan pula, keputusan dari orang awam adalah atas dasar emosi dan kadangkala hanya berdasarkan penceritaan satu pihak sahaja. Sangatlah berbeza dengan mahkamah yang sebenar yang beban pembuktiannya amat sukar untuk dibuktikan. Sebelum Yang Arif Hakim memutuskan sesuatu keputusan, Yang Arif Hakim meneliti bukti-bukti yang dikemukakan, mendengar keterangan saksi-saksi dan merujuk kepada nas undang-undang. Pun begitu, Mahkamah Pendapat Awam lebih popular dan didengari.

Dalam dunia media sosial, kita semua bebas bersuara, mengkritik dan memberikan pandangan masing-masing. Malah ada yang sehingga berkongsi kehidupan peribadi, rahsia pasangan dan juga isu pertelingkahan keluarga.

Walaupun ia adalah tabu dalam masyarakat kita, tetapi dek kerana normalisasi bahawa media sosial telah menjadi sebahagian daripada kehidupan kita, lama-kelamaan segala perkongsian yang dahulunya tabu ini akan dianggap sebagai satu perkara yang normal.

Pergerakan atau budaya normalisasi tentang suatu praktis atau ritual dalam kehidupan ini telah menjadi kebiasaan dalam sesuatu masyarakat moden. Misalnya perkara yang dahulunya amat payah untuk diterima oleh masyarakat tetapi lama-kelamaan kerana ia telah menjadi praktis, maka sesuatu amalan itu secara perlahan-lahan akan diterima oleh sesebuah masyarakat.



Sebelum wujudnya media sosial, banyak perkara adalah terlalu rahsia dan dianggap terlalu peribadi. Kalau dulu, jika kita terlalu lantang bersuara dengan kata-kata kesat akan dianggap biadap dalam masyarakat Malaysia yang penuh dengan budaya ketimuran. Kita diajar menghormati orang tua, bertutur secara bersopan santun dan berpegang kepada ajaran agama serta budaya timur.

Berbeza dengan zaman sekarang, rata-rata perkongsian video di media sosial penuh dengan ayat-ayat makian dan carutan oleh pemilik akaun. Kononnya mereka bergurau, kononnya lucu dan kononnya ini adalah budaya setempat. Jadi mereka memberi alasan agar menjadikan budaya ini sebagai sesuatu yang normal. Generasi zaman ini juga seperti tidak kisah sehingga akhirnya amalan ini telah menjadi ikutan para remaja.

Perlakuan seperti *'unboxing isteri'* yang kalau masyarakat dahulunya menganggap tabu juga telah diperkenalkan dalam dunia media sosial. Pelbagai pendapat yang berbeza dari sudut agama yang menyelar perbuatan ini. Tidak kurang juga ada segelintir yang menerima perbuatan ini dan menganggap ia sebagai satu video kenangan manis dikongsikan antara pasangan dengan umum.



## Undang-Undang

Dunia media sosial adalah dunia tanpa sempadan, kita bebas untuk berkongsi tetapi tidak bermakna kita boleh terokai tanpa sebarang undang-undang atau kawalan. Dalam keseronokan pengguna media sosial meraih populariti melalui isi kandungan video, mereka harus ingat bahawa terdapat undang-undang yang mengawalinya. Tersilap langkah dalam mencari kandungan baharu, seseorang itu mungkin berhadapan dengan tindakan tuntutan saman fitnah, kesalahan undang-undang jenayah kerana memuatnaik atau memberi hantaran yang jelik, sumbang, palsu atau lucah yang menganiaya pihak lain seperti yang diperuntukkan dalam **Seksyen 233 Akta Komunikasi dan Multimedia 1998** iaitu kesalahan penggunaan tidak wajar kemudahan rangkaian atau perkhidmatan rangkaian.

Secara asasnya, **Perkara 10(1)(a) Perlembagaan Persekutuan** memperuntukkan bahawa setiap warganegara Malaysia mempunyai kebebasan bersuara. Jadi adakah segala luahan dan perkongsian di media sosial itu bebas tanpa kawalan undang-undang?

Walaupun **Perkara 10(1)(a) Perlembagaan Persekutuan** telah diperuntukkan, namun ianya bukanlah kebebasan mutlak. Sekiranya penulisan berbentuk hasutan terhadap Yang Dipertuan Agung atau terhadap kerajaan Malaysia yang mengajak ke arah kebencian, maka ia merupakan kesalahan di bawah **Seksyen 4 Akta Hasutan 1948**.

Ramai pengguna media sosial yang terlalu teruja ingin menjadi orang yang paling pantas berkongsi berita. Tanpa usul periksa dan tanpa mengetahui sama ada berita itu dari sumber yang benar, mereka terus berkongsi di media sosial. Berita sensasi begini biasanya akan mendapat perhatian ramai dan juga mendapat jumlah reaksi yang tinggi dari pengguna media sosial yang lain dan kerana itu ramai yang berlumba-lumba ingin menjadi orang yang paling awal berkongsi berita.



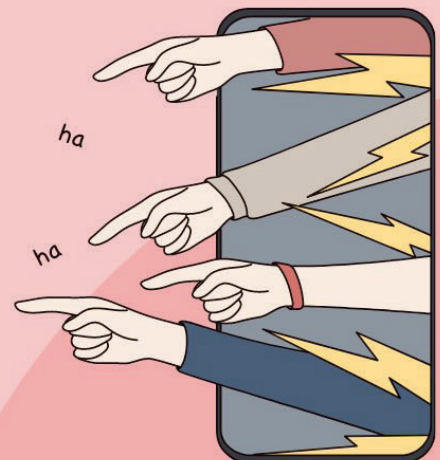
Namun demikian, hanya dengan menekan butang *'share'* dan sekiranya berita tersebut menyebabkan pecah keamanan, seseorang boleh disabit dengan kesalahan di bawah **Seksyen 504 Kanun Keseksaan** dan boleh disiasat bersama dengan **Seksyen 233 Akta Komunikasi dan Multimedia 1998** yang masing-masing memperuntukkan hukuman denda atau penjara atau kedua-duanya sekali.

Siapa sangka hanya dengan tindakan mudah menekan butang *'share'* akan mengakibatkan kesan sehingga bakal berhadapan dengan denda ribuan ringgit dan risiko dipenjarakan, tambah pula kos guaman yang bakal menelan belanja ribuan ringgit.

Setakat hari ini, Malaysia masih belum menggubal satu undang-undang khusus untuk mengawal kepantasan dunia internet dan kuasa media sosial. Tiada akta khusus yang boleh mengawal hal ini. Namun demikian, banyak kes yang dibawa ke mahkamah berdasarkan akta yang berbeza-beza mengikut jenis kesalahan. Berbanding 20 tahun dahulu, kes saman fitnah semakin hari semakin meningkat di mahkamah berikutan rancaknya penggunaan di media sosial secara salah.

Media sosial pada kiraan saya adalah satu senjata yang tidak diberikan buku manual untuk mengawalnya. Ia terletak pada kebijaksanaan kita sendiri sebagai pengguna.

Ia bergantung kepada rasional dan kebijaksanaan ibu bapa dalam mengawal dan memberikan kebebasan kepada anak-anak apabila memberi gajet dan membenarkan mereka memiliki akaun media sosial sendiri.



Media sosial adalah senjata yang kita tidak nampak 'tajam'nya (bahaya), tetapi boleh digunakan oleh setiap lapisan masyarakat. Dunia tanpa sempadan yang dibaliknya ada ilmuwan, cerdik pandai, mempengaruhi, ahli perniagaan, ahli politik, jangan lupa ada juga penjenayah siber yang sentiasa mencari mangsa, pemangsa seksual serta pedofilia yang memancing dan menjerat mangsa.

Media sosial ini jika kita gunakan dengan baik sebagaimana kisah James pada awal tulisan ini, ia membuka peluang pekerjaan, peluang perniagaan malahan secara tidak langsung bakal menyumbang kepada ekonomi negara.

Namun sekiranya kita salah menggunakan senjata ini, ia bakal memakan diri. Berfikirlah dengan bijak dan sentiasa menggunakan ia ke arah kebaikan.



## PROFIL PENULIS JEMPUTAN

Nor Zabetha Muhamad Nor merupakan seorang peguam dari Tetuan Zabetha Chinna & Co. Beliau telah beramal dalam dunia guaman selama 14 tahun dan arif dalam pelbagai bidang merangkumi bidang sivil dan jenayah. Beliau aktif menulis di laman Facebook Nor Zabetha dan Tanya Peguam Anda, serta turut memberi ceramah dalam program-program televisyen, radio, program persendirian dan saluran YouTube di bawah kendalian beliau iaitu 'Nextepisode Channel'.

Bersempena dengan Hari Wanita pada 8 Mac 2022, Kementerian Pembangunan Wanita, Keluarga dan Masyarakat telah menganugerahi beliau sebuah Anugerah Ikon Wanita (Perundangan) sebagai pengiktirafan terhadap usaha beliau dalam mendidik dan melahirkan masyarakat yang celik undang-undang. Tahniah Cik Nor Zabetha!