

Pengaruh Media Terhadap Pilihan Parti Politik dalam Kalangan Mahasiswa Universiti Awam di
Lembah Klang
(*Media Influence On Political Party Selection Among Public University Students In Klang Valley*)

JUNAIDI AWANG BESAR & MOHD FUAD MAT JALI

ABSTRAK

Perkembangan teknologi maklumat seperti penggunaan media massa yang merangkumi media cetak, media elektronik dan media alternatif dalam dunia politik tempatan mahupun antarabangsa telah mewujudkan satu suasana yang baru dalam pembentukan sikap dan pandangan terhadap politik tempatan mahupun dunia. Dalam bidang kajian geografi politik, media ditafsirkan sebagai ‘geopolitik popular’ yang dapat mempengaruhi pemikiran dan pilihan politik seseorang. Secara umumnya, kajian ini bertujuan bagi mengetahui pengaruh geopolitik popular iaitu lagu/muzik, filem dan karikatur/kartun terhadap pilihan parti politik dalam kalangan pelajar Institut Pengajian Tinggi Malaysia di Lembah Klang. Kaedah pengumpulan data primer melibatkan soal selidik terhadap 217 orang pelajar di tiga buah universiti yang terlibat iaitu Universiti Kebangsaan Malaysia, Universiti Malaya dan Universiti Putra Malaysia di samping rujukan terhadap sumber sekunder iaitu buku-buku akademik yang berkaitan tajuk kajian, artikel jurnal, kertas seminar dan persidangan/prosiding, akhbar dan rujukan atas talian/online. Berdasarkan kajian lapangan yang dijalankan medium penyampaian maklumat politik yang dominan ialah filem. Walaupun filem adalah yang dominan, jenis filem yang menjadi pilihan responden aksi bukannya bukannya filem yang berunsurkan patriotik atau kenegaraan. Ini bermakna majoriti responden menonton filem untuk hiburan, bukannya sebagai sumber maklumat politik. Hal ini telah memberikan peratusan yang agak rendah dalam sokongan yang telah dibuat untuk kemenangan parti bagi pilihan raya umum yang akan datang kerana ramai responden yang tidak pasti akan parti pilihan mereka. Justeru dapatan kajian ini penting untuk mengenalpasti sumber maklumat politik seterusnya pemikiran politik pelajar di institusi pengajian tinggi di negara ini untuk memastikan idealisme mereka selari dengan aspirasi pihak pemerintah.

Kata kunci: Geopolitik popular, lagu, filem, karikatur, pilihan parti politik.

ABSTRACT

The development of information technology such as the usage of mass media which includes printed media, electronic media and alternative media in local and international politics has created a new atmosphere in the formation of attitudes and views towards the local and world politics. In the field of political geography studies, media interpreted as a ‘popular geopolitics that can affect a person’s thinking and political choice. Hence, this study is aimed to recognize the effect of popular geopolitic as song/music, film and caricatur/cartoon among the students at higher institutions in Klang Valley. The primary method of data collection for this study was set of questionnaires given to 217 students in three different universities involved namely Universiti Kebangsaan Malaysia, Universiti Malaya and Universiti Putra Malaysia. In addition, secondary sources such as references from books related to the topic of academic research, journal articles, conference/proceeding papers and press and online references have been utilized to provide much further information about this study. The result from this study showed that the medium of information delivery is the dominant political films. However, majority of the respondents preferred to watch action movies rather than patriotic ones. This means that the majority of respondents watch movies for entertainment, rather than as a source of political information. Thus, the findings of this study are important for concerned to identify the most suitable medium to spread political information that is beyond the political thinking of students in higher institutions in the country in order to ensure that their ideas are in line with the government’s aspiration.

Keywords: Popular geopolitics, songs, movies, cartoons, political party preference.

PENGENALAN

Media atau budaya popular digunakan untuk menjelaskan bagaimana politik dan media massa (media arus perdana iaitu media cetak dan media elektronik; dan media alternatif) mewakili perkataan serta grafik dan audio/bunyi yang menarik dalam menghasilkan kesan atau pengaruh terhadap pilihan politik yang konsisten dan teratur. Dalam bidang kajian geografi politik, media ditafsirkan sebagai 'geopolitik popular' yang dapat mempengaruhi pemikiran dan pilihan politik seseorang. Geopolitik popular merujuk kepada bahan atau media yang dapat mempengaruhi minda dan perasaan manusia untuk menyokong sesuatu pihak sama ada Kerajaan, parti politik mahupun pihak-pihak yang berkepentingan. Antara medium atau sumber geopolitik popular ialah media cetak; media elektronik; media alternatif seperti SMS, sumber internet daripada blog, website, youtube, tagged, facebook, twitter, skype, WeChat, Instagram, dan sumber daripada telefon pintar iaitu Telegram dan WhatsApp; filem; televisyen; majalah; karikatur/kartun; lagu/muzik; setem pos; dan wang/banknotes. Geopolitik popular telah banyak menyumbang dengan cara mengumpul, mempersembahkan dan menyebarkan informasi kepada dunia melalui imej, cerita baru dan audiovisual yang menarik dan berkesan (Dodds, 2005). Justeru, artikel ini melaporkan hasil kajian yang menjelaskan tahap pengaruh media iaitu lagu/muzik, filem dan karikatur/kartun dalam kalangan mahasiswa universiti awam di Lembah Klang dan jenis geopolitik popular yang dominan. Di samping itu, dilaporkan juga secara ringkas aspek definisi-definisi konsep dalam politik, pendekatan teori kajian tingkah laku pengundi dan dapatan penyelidikan lepas yang berkaitan dengan kajian ini.

Definisi Konsep

Konsep gelagat politik atau tingkahlaku politik terbahagi kepada dua iaitu partisipasi dan persepsi (Amer Saifude 2009 & 2015). Gelagat partisipasi merujuk kepada tingkah laku atau penyertaan pengundi dalam sesuatu proses politik sama ada bertindak secara aktif dalam parti politik mahupun mendaftar sebagai pengundi aktif iaitu sama ada menjadi ahli parti politik atau mendengar ceramah, memberi sumbangan kepada parti seperti dalam bentuk kewangan, kebendaan atau berkempen untuk parti, memberi ceramah, mengedarkan risalah atau memasang poster. Gelagat persepsi pula merujuk kepada pandangan pengundi terhadap parti politik, pelakon politik, ahli politik atau isu-isu politik serta faktor-faktor dan pola kemenangan sesuatu parti

politik dalam pilihan raya. Tingkah laku pengundi atau voting behavior merupakan satu subkajian dalam memahami mekanisme pilihan raya. Kelakuan dan tingkah laku ini merujuk kepada pernyataan hasrat dan minat pengundi dalam sesebuah pilihan raya melalui tindakan mengundi, manakala tindakan mengundi ini menggambarkan gelagat pengundi yang lahir dari pengalaman yang diperoleh melalui interaksi dengan persekitaran masing-masing.

Milbrath (1965) berpendapat bahawa terdapat 3 jenis kategori penglibatan dalam politik iaitu apathetics iaitu mereka yang tidak terlibat dalam politik ataupun telah menarik diri daripada proses politik; spectators iaitu kumpulan yang terlibat dalam politik dengan kadar yang minimum dan gladiators iaitu kumpulan yang betul-betul terlibat dengan aktif dalam politik. March pula berpendapat bahawa, individu yang mengambil bahagian dalam proses politik mempunyai 5 kategori iaitu inactives iaitu sama ada tidak hirau atau setakat mengikuti perkembangan politik melalui media; conformists iaitu membincangkan isu-isu politik tetapi tidak mengambil tindakan untuk cuba mempengaruhi proses politik; reformists iaitu melibatkan diri dalam aktiviti-aktiviti politik konvensional yang sah seperti memulau; activists iaitu melibatkan diri dalam aktiviti politik konvensional dan tidak konvensional yang sah dan tidak sah seperti menyekat lalu lintas jalanraya dan protesters iaitu lebih cenderung untuk melibatkan diri dalam aktiviti-aktiviti tidak konvensional sama ada sah atau tidak.

Budaya politik adalah topik yang sangat luas mengenai suatu perlakuan, tingkah laku, penglibatan, persepsi, kepercayaan, jangkaan dan harapan anggota masyarakat dalam lingkungan politik masyarakatnya (Ahmad Nidzamuddin 2002). Budaya politik merangkumi perihal sikap, nilai, orientasi, pendapat, tanggapan dan perasaan terhadap politik. Bagi perseorangan, budaya politik berfungsi sebagai panduan pengawalan terhadap tindakan politik yang efektif; manakala bagi kumpulan bersama atau kolektiviti pula, ia berfungsi untuk membekalkan suatu struktur nilai dan pertimbangan rasional yang sistematik bagi menentukan keberkesanan tindakan yang dilakukan oleh institusi dan organisasi politik. Budaya politik melibatkan perasaan subjektif seseorang atau sesuatu kumpulan terhadap penerimaan atau penolakan sesuatu identiti komuniti dan kepatuhan terhadap pemimpin.

Mengikut Almond dan Powell (1984), budaya politik melibatkan 3 komponen berikut iaitu orientasi kognitif iaitu pengetahuan ke atas objek dan pegangan politik; orientasi afektif iaitu perasaan penerimaan dan penolakan terhadap objek politik dan orientasi evaluatif iaitu penilaian dan pendapat terhadap objek politik

yang biasanya melibatkan penggunaan standard nilai. Almond dan Powell (1960), mencirikan budaya politik kepada tiga bentuk iaitu budaya politik parokial, subjek dan partisipan. Budaya politik parokial ini wujud dalam kalangan masyarakat yang tidak ambil tahu tentang urusan politik. Mereka hanya mengutamakan urusan keluarga dan urusan peribadi mereka sahaja.

Budaya politik subjek pula, merujuk kepada mereka yang menerima output daripada sebelah pihak sahaja tanpa mempersoalkan apa, bagaimana dan mengapa. Mereka ini terdiri daripada ahli parti dan penyokong parti yang setia kepada pemimpin yang boleh dianggap taat melulu, mendengar dan mempercayai hanya sebelah pihak. Budaya politik partisipan pula, merujuk kepada masyarakat yang mempunyai kesedaran politik yang tinggi. Mereka ini boleh dikategorikan kepada masyarakat sivil. Budaya politik juga mengandungi satu kepercayaan yang boleh digambarkan dan nilai yang boleh menjelaskan situasi tindakan politik (Pye dan Verba 1965: 513).

Geografi politik merupakan aspek geografi manusia yang memberi fokus kepada unit-unit politik dan fenomena politik serta menumpukan perhatian kepada struktur institusi itu dijalankan dan bagaimana ia terlibat dalam pembentukan corak dan hubungan geografi. Geografi politik juga mengkaji aspek keputusan, politik dan tindakan serta bentuk politik dengan lebih mendalam. Menurut Hartshorne (1954) geografi politik adalah satu kajian keberlainan dan kesamaan ruang dalam ciri politik sebagai satu bahagian yang berkait dari keseluruhan kelainan dan kesamaan ruang atau kajian variasi fenomena politik dari satu tempat ke tempat lain dalam salingkaitan dengan variasi bentuk lain di muka bumi sebagai tertinggi. Menurut Taylor dan Johnston (1979), geografi politik adalah kajian yang berkaitan dengan geografi pengundian, pengaruh geografi terhadap pengundian dan pengaruh geografi terhadap perwakilan. Sementara Johnston (2000) merumuskan geografi politik adalah kajian aspek geografi yang berkaitan dengan pengurusan, kelakuan dan keputusan pilihan raya.

Dalam bidang kajian geografi politik, media ditafsirkan sebagai 'geopolitik popular' yang dapat mempengaruhi pemikiran dan pilihan politik seseorang. Geopolitik popular merupakan istilah yang popular digunakan untuk mengaitkan bagaimana politik dan media elit sering cuba untuk mewakili perkataan dan kedudukan mereka dengan cara yang konsisten dan teratur (Sharp 2000). Antara medium atau sumber geopolitik popular ialah media cetak; media elektronik; media alternatif seperti SMS, sumber internet daripada blog, website, youtube, tagged, facebook, twitter, skype, WeChat, Instagram, dan sumber daripada telefon

pintar iaitu Telegram dan WhatsApp; filem; televisyen; majalah; karikatur/kartun; lagu/muzik; setem pos; dan wang/banknotes.

Pendekatan Teori Kajian Tingkah Laku Pengundi

Terdapat tiga pendekatan yang digunakan dalam mengkaji tingkah laku mengundi iaitu pendekatan sosiologikal, pendekatan identifikasi parti dan pendekatan pilihan rasional. Pendekatan sosiologikal menekankan bahawa status sosioekonomi (pendidikan, pendapatan dan kelas), agama, etnik dan tempat tinggal (bandar atau luar bandar) mempunyai kaitan yang rapat dengan pilihan pengundi (Ghazali, 2006). Penyelidik dari Universiti Columbia, Amerika Syarikat adalah di antara yang awal yang menggunakan pendekatan sosiologikal ini bagi menjelaskan tentang pengundian. Dalam kajian yang dibuat semasa pilihan raya presiden tabun 1940, mereka mendapati pola pengundian mempunyai kaitan yang rapat dengan aspek-aspek yang dinyatakan di atas. Misalnya dari segi agama, golongan Protestan lebih cenderung untuk memilih Parti Republikan kalau dibandingkan dengan mereka yang menganut fahaman Katolik (Lazarsfield et al. 1968: 21-22). Selain agama, kelas juga didapati memainkan peranan signifikan dalam pengundian. Kelas bawahan dan kelas menengah lebih cenderung untuk menyokong Parti Demokrat, sementara kelas atasan pula lebih cenderung untuk menyokong Parti Republikan (Lipset 1960: 305).

Pendekatan identifikasi parti diperkenalkan pada tahun 1950-an oleh A. Campbell dan rakan-rakannya iaitu ahli psikologi sosial daripada University of Michigan di Amerika Syarikat. Identifikasi parti merujuk kepada ikatan dan kesetiaan kepada sesuatu parti dan atas dasar inilah maka sesuatu parti itu dipilih dalam pilihan raya. Kesetiaan itu pula dibentuk melalui proses sosialisasi politik iaitu proses yang menurunkan dan menanamkan nilai dan norma daripada satu generasi kepada generasi yang lain (Ghazali, 2006). Nilai dan norma itu diperturunkan oleh agen sosialisasi seperti ibu bapa, saudara mara, jiran, rakan, sekolah dan organisasi politik. Oleh kerana adanya penurunan nilai itu, maka terdapat kecenderungan parti yang disokong oleh anak adalah sama dengan parti ibu bapa mereka. Selain itu terdapat kecenderungan di antara tempoh seseorang menyokong parti tertentu dengan darjah kesetiaan. Lebih lama seseorang telah mengidentifikasikan dengan sesuatu parti maka kesetiannya kepada parti berkenaan juga semakin kuat (Campbell et al. 1960: 163). Dalam pilihan raya tertentu di Malaysia, kesetiaan orang Melayu kepada parti lebih ketara kalau dibandingkan dengan orang bukan Melayu (Ghazali 1999: 32-38).

Pendekatan ketiga ialah pendekatan pilihan rasional yang dipopularkan oleh Downs (1957) yang mengandaikan pengundi bertindak secara rasional semasa membuat keputusan untuk keluar mengundi dan semasa membuat pilihan ketika mengundi. Sekiranya pengundi merasakan dia tidak mendapat apa-apa faedah dengan memilih mana-mana calon atau parti yang bertanding, maka pengundi berkenaan tidak akan keluar mengundi (Downs 1957: 261). Ini kerana berdasarkan pertimbangan ekonomi, kos yang ditanggungnya dengan keluar mengundi (seperti masa dan meninggalkan aktiviti lain) melebihi daripada pulangan atau faedah yang akan diperolehi. Pendekatan ini juga mengandaikan bahawa calon atau parti yang bertanding akan mengemukakan dasar atau program yang akan dapat menarik sokongan pengundi. Pengundi pula akan bertindak secara rasional dengan memilih calon atau parti yang sesuai dengan kehendaknya dan dijangka akan memberi faedah kepadanya (Ghazali, 2006). Berbanding dengan dua pendekatan yang dibincangkan di atas, pendekatan pilihan rasional ini menekankan tentang kepentingan yang akan diperolehi. Berdasarkan keputusan pilihan raya, satu pendekatan yang tertentu sahaja tidak dapat memberikan penjelasan yang menyeluruh tentang pola pengundian. Oleh itu gabungan atau konvergensi ketiga-tiga pendekatan akan digunakan untuk menjelaskan keputusan pilihan raya di Malaysia.

KAJIAN LEPAS

Kajian di Amerika Syarikat (2000) dan United Kingdom (2001) menunjukkan bahawa media memainkan peranan penting sebagai sumber maklumat politik dan berita dalam pilihan raya. Komunikasi politik melalui internet telah mentransformasikan wacana politik, penyertaan politik dan kaedah kempen pilihan raya sesebuah negara seterusnya mewujudkan suasana berpendapat yang bebas dan demokratik (Jankowski dan Van Selm 2008). Kajian hubungan antara penggunaan internet dan penyertaan politik dalam kalangan orang muda Australia menunjukkan bahawa terdapat 'jurang digital' dalam kalangan rakyat yang berumur 18-34 tahun di Australia mengikut ciri-ciri demografi geografi, tahap pendidikan, tahap pendapatan dan klasifikasi pekerjaan (Vromen 2007). Calon-calon yang bertanding dalam pilihan raya yang muda dan berpendidikan tinggi lebih berkecenderungan menggunakan internet dalam siri kempen mereka (Herrnson et al. 2007).

Junaidi et al. (2012) dalam kajian pengaruh geopolitik popular dalam setem pos mendapati terdapat unsur geografi politik dalam setem pos melalui

pemaparan maklumat dalam tematik seperti hari ulangtahun kemerdekaan, hari pertabalan diraja, dasar-dasar negara, hari-hari utama negara/negeri, bendera dan lambang/jata negara dan sebagainya. Pemaparan informatif tersebut dapat mencetuskan perasaan sayangkan negara melalui nilai dan unsur patriotik. Junaidi et al. (2013) dalam kajian "Penggunaan Internet dan Persepsi Politik Mahasiswa Universiti Kebangsaan Malaysia" mendapati pengaruh internet dan media sosial memainkan peranan penting dalam mempengaruhi perlakuan politik para mahasiswa. Mereka juga kritis terhadap isu semasa tetapi masih merupakan kumpulan intelek yang menyokong pentadbiran universiti dan kerajaan. Namun demikian, kerajaan perlu mendengar dan mengambil kira pandangan mereka dalam usaha memajukan masyarakat dan negara.

Kajian oleh Syed Arabi (2014) mengenai penggunaan media massa di Malaysia mendapati remaja yang berumur antara 21 hingga 35 tahun lebih mempercayai kredibiliti maklumat politik daripada akhbar berbanding televisyen dan internet. Hariszuan (2014) dalam kajian budaya popular mendapati budaya popular bukan hanya dalam bentuk video Youtube, status Facebook, pentas konsert, tetapi juga hubungan kuasa dan ranah pembentukan makna. Budaya popular digunakan oleh kebanyakan orang muda untuk mengartikulasikan idea, pandangan, gagasan mereka terhadap sebarang isu di negara ini. Fazlina (2014) dalam kajian "Kartun Editorial Melayu Pasca Pilihan Raya Umum 2008: Rupa, Jiwa dan Kritikan" mendapati terdapat perbezaan yang nyata dari segi rupa, jiwa dan kritikan oleh kartunis editorial Melayu yang menyiarkan karya mereka melalui akhbar aliran arus perdana dan alternatif media.

METODOLOGI KAJIAN

Kaedah pengumpulan data primer melibatkan soal selidik terhadap 217 orang pelajar di tiga buah universiti awam yang terlibat iaitu UKM (75 responden atau 34.6 peratus), UPM (72 responden atau 33.2 peratus) dan UM (70 responden atau 32.2 peratus) antara Disember 2014 hingga Januari 2015. Penentuan jumlah sampel adalah berdasarkan kepada jadual penentuan sampel berdasarkan populasi oleh Cohen et al. (2007) dengan aras keyakinan 90 peratus dan margin error +/- 3 peratus. Sampel dipilih berdasarkan 3 universiti di Lembah Klang iaitu UKM, UPM dan UM; etnik iaitu Melayu, Cina dan India; bidang pengajian iaitu bidang sains dan sastera; tahun pengajian iaitu dari tahun 1 hingga tahun akhir (tahun 3 atau 4 atau 5); dan juga berdasarkan ratio jantina. Dapatan kajian dikukuhkan lagi dengan

rujukan terhadap sumber sekunder iaitu buku-buku akademik yang berkaitan tajuk kajian, artikel jurnal, kertas seminar dan persidangan/prosiding, akhbar dan rujukan atas talian/online. Data dianalisis dengan menggunakan kaedah analisis melalui perisian statistik berkomputer iaitu Statistical Package Social Science (SPSS) untuk melihat data analisis deskriptif frekuensi (peratusan) mengikut 3 universiti tersebut.

Universiti Awam yang Dikaji

Dalam kajian ini, Universiti Awam (UA) yang dikaji ialah Universiti Kebangsaan Malaysia (UKM), Universiti Putra Malaysia (UPM) dan Universiti Malaya (UM). Universiti Kebangsaan Malaysia (UKM) ditubuhkan secara rasmi pada 18 Mei 1970. Kampus sementara dibuka di Lembah Pantai, Kuala Lumpur. Kini, kampus utama Universiti Kebangsaan Malaysia terletak di Bandar Baru Bangi, Selangor. Terdapat juga sebuah hospital pengajar, Pusat Perubatan Universiti Kebangsaan Malaysia (PPUKM) di Cheras, Kuala Lumpur dan sebuah kampus cawangan, juga di Kuala Lumpur.

Dari segi sejarah penubuhan UKM, keperluan pendidikan tinggi untuk orang Melayu mula dibangkitkan pada 1903 dalam Mesyuarat Majlis Raja-Raja. Pada tahun 1917, Za'ba, seorang cendekiawan membangkitkannya dalam akhbar Lembaga Melayu. Ini diikuti pada tahun 1923, seorang tokoh pendidik A. Kadir Adabi, mengemukakan memorandum gagasan tersebut kepada DYMM Sultan Kelantan. Selepas merdeka, masalah perlanjutan pelajaran bagi pelajar sekolah menengah aliran Melayu dan sekolah agama Islam menyemarakkan lagi idea ini.

Universiti ini terus berkembang pesat sebagai sebuah institusi pengajian tinggi awam terkehadapan yang kini mempunyai tiga belas (13) fakulti dan enam belas (16) institut kecemerlangan penyelidikan. UKM juga mempunyai entiti yang beroperasi secara komersil, iaitu UKM Holdings Sdn. Bhd. dan UKM Technology Sdn Bhd sebagai satu pendekatan dalam mengkomersilkan dan memasyarakatkan kepakaran yang dimiliki di samping menjana kewangan Universiti.

Kampus induk UKM di Bangi yang memulakan operasinya pada 1977 mempunyai keluasan 1,096.29 hektar. Kampus Induk Bangi menempatkan sembilan (9) fakulti, dan lima belas (15) institut penyelidikan. Selain itu, UKM juga mempunyai sebuah kampus di Jalan Raja Muda Abdul Aziz, Kuala Lumpur dengan keluasan 20 hektar yang menempatkan Fakulti Perubatan (Praklinikal), Fakulti Sains Kesihatan, Fakulti Pergigian dan Fakulti Farmasi. Manakala Pusat Perubatan UKM (PPUKM) yang mempunyai keluasan

22.3 hektar di Cheras, Kuala Lumpur menempatkan Fakulti Perubatan, Hospital UKM dan Institut Perubatan Biologi Molekul UKM (UMBI). Sejak 42 tahun penubuhannya, UKM telah menghasilkan 146,362 graduan. Peningkatan jumlah pelajar luar negara yang setakat ini menjangkau 2,937 pelajar dari 42 buah negara membuktikan penerimaan global terhadap program dan ekosistem ilmu UKM.

UKM merupakan salah sebuah daripada 4 universiti di Malaysia yang bertaraf universiti penyelidikan. Universiti Kebangsaan Malaysia (UKM) menduduki tangga ke-31 dalam ranking Quacquarelli Symonds (QS) World University Rankings tahun 2012 bagi universiti di bawah 50 tahun penubuhannya dan menduduki tangga ke-53 (2011) dan ke-58 (2012) dalam ranking QS Top 500 Asian University Rankings. UKM juga menyediakan 12 belas fakulti, antaranya ialah Fakulti Ekonomi dan Pengurusan, Fakulti Farmasi, Fakulti Kejuruteraan dan Alam Bina, Fakulti Pendidikan, Fakulti Pengajian Islam, Fakulti Pergigian, Fakulti Perubatan, Fakulti Sains Kesihatan, Fakulti Sains Sosial dan Kemanusiaan, Fakulti Teknologi dan Sains Maklumat, Fakulti Sains dan Teknologi dan Fakulti Undang-Undang. Untuk sesi akademik 2014/2015, UKM mempunyai 26,961 pelajar dengan 24,449 pelajar tempatan dan 2,512 pelajar antarabangsa (<http://www.ukm.my/pkk/fakta-pantas/>).

Universiti Putra Malaysia (UPM), dahulu dikenali sebagai Universiti Pertanian Malaysia telah ditubuhkan pada 29 Oktober 1971, melalui penggabungan antara Fakulti Pertanian Universiti Malaya dan Kolej Pertanian Malaya Serdang. Universiti ini bermula dengan tiga buah fakulti iaitu Fakulti Pertanian, Perhutanan, dan Kedokteran Veterinar dan Sains Penternakan. Ia terus kekal sebagai sebuah universiti tradisional yang memberikan tumpuan terutama kepada pendidikan ijazah pertama, penyelidikan dalam bidang pertanian dan bidang yang berkaitan.

UPM mempunyai dua kampus, iaitu sebuah kampus utama terletak di Serdang, Selangor, menawarkan pendidikan peringkat ijazah sarjana muda, sarjana, dan kedokteran, manakala sebuah lagi adalah kampus cawangan terletak di Bintulu, Sarawak, menawarkan pendidikan peringkat diploma. Pada 3 April 1997 Universiti Pertanian Malaysia ditukar nama kepada Universiti Putra Malaysia. Fakulti yang terdapat di UPM adalah Fakulti Pertanian, Fakulti Perhutanan, Fakulti Perubatan Veterinar, Fakulti Ekonomi dan Pengurusan, Fakulti Kejuruteraan, Fakulti Pengajian Pendidikan, Fakulti Sains, Fakulti Sains dan Teknologi Makanan, Fakulti Ekologi Manusia, Fakulti Bahasa Moden dan Komunikasi, Fakulti Rekabentuk dan Seni

Bina, Fakulti Perubatan dan Sains Kesihatan, Fakulti Sains Komputer dan Teknologi Maklumat, Fakulti Bioteknologi dan Sains Alam Sekitar dan Fakulti Sains Pertanian dan Makanan (<http://www.upm.edu.my/>). Sehingga 14 Disember 2014, UPM mempunyai 30,527 pelajar dengan 26,222 pelajar tempatan dan 4,305 pelajar antarabangsa (http://www.upm.edu.my/tentang_kami/fakta&angka).

Sejarah Universiti Malaya boleh dikesan ke Singapura, dari Kolej Perubatan King Edward VII ditubuhkan pada 1905 dan Kolej Raffles ditubuhkan pada 1929. Kedua-dua kolej ini bergabung menjadi Universiti Malaya pada 8 Oktober 1949. Kemudian pada tahun 1959, universiti ini mengambil keputusan berpecah kepada dua bahagian, satu di Singapura (kemudiannya menjadi Universiti Nasional Singapura) dan satu lagi di Kuala Lumpur (mengekal nama Universiti Malaya). Maka secara rasminya Universiti Malaya yang sekarang ini ditubuhkan pada 1 Januari 1962. Almarhum Tunku Abdul Rahman Putra Al-Haj merupakan Canselor pertama Universiti Malaya.

Terdapat 2 akademi di UM, 12 fakulti dan 4 institut. UM juga mempunyai 11 buah kolej di dalam kampus iaitu Kolej Kediaman Pertama hingga Kolej Kediaman Kelapan, dan Kolej Kediaman Kesepuluh hingga Kolej Kediaman Keduabelas. Manakala di luar kampus terdapat 4 kolej kediaman iaitu Kolej Kediaman Kesembilan, Yayasan Pelajaran Mara, Kolej Kediaman Seksyen 17 dan Kolej Kediaman Pantai Puteri. UM juga mempunyai sebuah hospital iaitu Pusat Perubatan Universiti Malaya (PPUM). Moto Universiti Malaya adalah "Ilmu Punca Kemajuan". (<http://www.um.edu.my/about-um/our-history>). Antara fakulti yang terdapat di UM ialah Fakulti Alam Bina, Fakulti Sains, Fakulti Kejuruteraan, Fakulti Pergigian, Fakulti Pendidikan, Fakulti Sastera dan Sains Sosial, Fakulti Perubatan, Fakulti Bahasa dan Linguistik, Fakulti Undang-

Undang, Fakulti Ekonomi dan Pentadbiran, Fakulti Perniagaan dan Perakaunan, Fakulti Sains Komputer dan Teknologi Maklumat. Sehingga Mac 2015, UM mempunyai 17,192 pelajar dengan 13,225 pelajar tempatan dan 3,967 pelajar antarabangsa (<https://www.um.edu.my/about-um/um-fact-sheet>).

DAPATAN KAJIAN DAN PERBINCANGAN

Lagu/Muzik yang Pernah Didengari

Berdasarkan kajian yang dibuat lagu/muzik yang menjadi pilihan paling tinggi ialah lagu cinta bagi responden di 3 Universiti Awam yang dikaji iaitu melebihi 95 peratus (Lihat Jadual 1). Ini kerana, mereka sudah terbiasa untuk mendengar lagu-lagu cinta dan perkara itu telah menjadi sebatian dengan jiwa mereka. Ini tidak kira sama ada untuk mengisi masa lapang mahupun semasa mereka mengerjakan tugas.

Lagu-lagu cinta popular dalam kalangan semua lapisan umur masyarakat termasuk pelajar IPT untuk tujuan menenangkan fikiran, 'berjiwang' dan juga sebagai luahan cinta atau sayang kepada insan yang dirindui. Lagu-lagu cinta ini selalu ke udara melalui siaran radio, televisyen dan juga boleh dimuat turun melalui aplikasi youtube (dalam bentuk video) dan juga 4shared (audio). Daripada responden yang ditanya juga menunjukkan majoriti paling suka dengan lagu cinta. Bagi mereka lagu cinta bersifat santai, menenangkan, mengusik jiwa, dapat mengimbau kenangan lampau (suka dan duka) serta dapat mengubat hati yang luka dan kesepian. Bagi lagu ketuhanan atau agama pula, majoriti responden suka dengan lagu-lagu nasyid, zikir ketuhanan dan alunan muzik yang bersifat keagamaan.

JADUAL 1. Peratus pemilihan lagu berdasarkan universiti awam

JENIS FILEM	UKM	UPM	UM
	Peratus	Peratus	Peratus
Filem Cinta	87.0	87.0	80.3
Filem Aksi	98.0	97.8	84.5
Filem Komedi	95.0	97.8	81.7
Filem Patriotik/kenegaraan	79.0	91.3	54.9
Filem Seram	91.0	95.7	76.1

Sumber: Soal Selidik, Disember 2014 hingga Januari 2015

Jika dilihat perkaitan antara lagu cinta dengan pelajar mengikut IPTA, dapatan menunjukkan tidak mempunyai banyak perbezaan yang ketara antara

ketiga-tiga universiti tersebut, yang mana peratusan bagi bagi UKM adalah 97.0 peratus, UPM merekodkan nilainya sebanyak 97.8 peratus yang mana ianya

merupakan nilai yang paling tinggi antara ketiga-tiga universiti tersebut dan bagi UM pula adalah sebanyak 95.8 peratus. Perkara ini kerana majoriti responden yang diperoleh adalah perempuan. Mereka lebih cenderung untuk memilih mendengar lagu-lagu cinta. Tambahan pula, radio-radio swasta banyak keudarakan lagu-lagu yang berunsurkan cinta semata-mata, terutamanya lagu-lagu cinta dari Indonesia yang kebanyakannya berkisarkan kisah cinta dan air mata. Hal ini selaras dengan pandangan yang dilontarkan oleh Adnan Abu Hassan, penulis lirik dalam Harian Metro pada 5 Mei 2010. Beliau berkata bahawa radio-radio swasta yang terdapat di Malaysia tidak mempunyai semangat 1Malaysia, tetapi hanya memainkan lagu Indonesia sahaja dan lagu ciptaan anak tempatan pula dianaktirikan.

Lagu politik atau propaganda kurang menjadi pilihan berbanding dengan lagu-lagu yang lain. Kerana pelajar kurang berminat untuk mengambil berat tentang perkara yang berkaitan dengan politik atau propaganda. Mereka juga tidak ambil endah tentang perkara ini, bahkan terdapat responden yang tidak pernah mendengarnya dan ada juga yang tidak tahu jenis lagu yang berunsurkan politik atau propaganda. Perkara ini berlaku kerana kebanyakan daripada mereka sudah tidak ambil kisah dan tidak berminat dalam politik, tetapi mereka hanya ambil kisah akan masa depan mereka nanti apabila sudah tamat pengajian.

Lagu patriotik dapat membangkitkan rasa bersemangat dan sedar terhadap peranan diri terhadap negara. Bersesuaian dengan hidup bernegara, sifat bersatu padu, tolong-menolong, berbudi bahasa, bertolak ansur, saling memahami dan menghormati antara kaum dan satu sama lain merupakan ungkapan lirik atau senikata yang menjadi kelaziman dalam setiap lagu patriotik seperti lagu negaraku, lagu Wawasan 2020, lagu 1 Malaysia, lagu janji ditepati, lagu tema hari kebangsaan, lagu rasmi negeri-negeri dan sebagainya.

Filem yang Pernah Ditonton

JADUAL 2. Peratus pemilihan jenis filem berdasarkan universiti awam

JENIS FILEM	UKM	UPM	UM
	Peratus	Peratus	Peratus
Filem Cinta	87.0	87.0	80.3
Filem Aksi	98.0	97.8	84.5
Filem Komedi	95.0	97.8	81.7
Filem Patriotik/kenegaraan	79.0	91.3	54.9
Filem Seram	91.0	95.7	76.1

Sumber: Soal Selidik, Disember 2014 hingga Januari 2015

Rata-rata responden di semua Universiti Awam yang dikaji lebih gemar menonton filem aksi. Selaras dengan filem gangster atau aksi yang telah diarah oleh Badarudin Azmi yang telah mencatatkan kutipan yang paling tinggi bagi filem tahun 2005 dengan memperoleh hasil kutipan sebanyak RM 2.9 juta. Peratusannya juga adalah yang paling tinggi berbanding dengan filem yang lain iaitu mencatat 98.0 peratus bagi UKM, 97.8 peratus bagi UPM dan 84.5 peratus bagi UM (Rujuk Jadual 2). Ini kerana, mereka lebih gemar akan sesuatu yang lasak dan perkara yang lebih ganas. Kebanyakan pelajar juga gemar untuk menonton wayang dan filem yang menjadi pilihan mereka adalah filem yang bersifat aksi, tidak kira sama ada filem dari dalam atau luar negara. Filem seperti ini akan lebih memberikan kepuasan kepada mereka menonton filem seperti itu. Cara pemikiran mereka juga lebih banyak terpengaruh dengan filem-filem dari luar negara yang lebih bersifat ganas. Filem aksi disukai responden kerana plot cerita yang penuh dramatik dan melibatkan babak-babak 'suspen' serta aksi yang menakjubkan seperti lagak ngeri serta ketangkasan dan kelincihan pergerakan yang penuh bertenaga yang dapat merangsang penglihatan, pendengaran serta minda penonton.

Seterusnya, bagi filem yang bersifat patriotik atau kenegaraan pula mencatat peratusan yang agak tinggi tetapi lebih rendah berbanding dengan filem-filem yang mana mencatatkan peratusan sebanyak 79.0 peratus bagi UKM, UPM sebanyak 91.3 peratus dan 54.9 peratus bagi UM. Ini kerana, kurangnya minatnya minat dalam diri pelajar malah tayangan di pawagan juga tempohnya singkat berbanding dengan filem-filem lain terutamanya filem-filem daripada luar negara. Sebagai contoh, filem yang hasil terbitan Pesona Picture Sdn.Bhd. yang bertajuk 1957: Hati Malaya hanya berada di pawagam selama tiga minggu sahaja, walaupun filem tersebut telah ditayangkan di 38 buah pawagam diseluruh negara. Mereka juga beranggapan bahawa filem patriotik atau kenegaraan adalah tidak menarik dan tidak bersesuaian dengan jiwa mereka.

Filem patriotik ini juga kurang ditayangkan di siaran tv tempatan, siarannya juga kebanyakan hanya terhad pada bulan kemerdekaan sahaja dan ianya akan kembali seperti biasa setelah tamatnya bulan bulan kemerdekaan tersebut. Malah sekarang kurangnya penghasilan filem yang berunsurkan patriotik kerana kurangnya sambutan daripada peminat dan sekiranya fenomena ini berlaku maka produser akan mengalami kerugian kerana tidak mendapat sambutan. Antara filem patriotik yang tidak mendapat sambutan dan telah mengalami kerugian yang besar dalam pembikinan filem tersebut ialah filem Embun yang telah diterbitkan pada tahun 2002 dan Paloh pula pada tahun 2003 yang mana kedua-dua filem ini telah diterbitkan dengan menggunakan dana kerajaan yang telah menelan belanja sekitar RM 3.4 juta bagi filem Embun dan RM4.01 juta bagi filem Paloh telah mendapatkan kutipan yang sedikit sekitar RM 950,000 sahaja dengan penayangan di 29 buah pawagam. Manakala filem Paloh yang telah diarahkan oleh Adman Salleh telah mendapatkan kutipan yang paling rendah berbanding dengan filem-filem patriotik yang lain yang hanya memungut hasil kutipan sebanyak RM 140,000 sahaja. Masyarakat kini lebih gemar untuk mengisi masa dengan menonton filem yang bersifat lebih remeh, seperti filem yang berunsurkan cinta.

Kartun yang Pernah Dilihat/Dibaca

JADUAL 3. Peratus pemilihan jenis kartun berdasarkan universiti awam

Jenis Kartun	UKM	UPM	UM
	Peratus	Peratus	Peratus
Kartun Pengajaran	94.0	93.5	81.7
Kartun Lawak/Lucu	99.0	97.8	93.0
Kartun Politik	62.0	82.6	42.3
Kartun Sindiran/Satira	77.0	82.6	46.5
Kartun Informatif (akademik,sains dan teknologi dan lain-lain)	85.0	93.5	66.2
Kartun Aksi	87.0	93.5	78.9

Sumber: Soal Selidik, Disember 2014 hingga Januari 2015

Antara kartun politik yang biasa dilihat ialah, Senyum Kambing yang terdapat dalam Utusan Malaysia, Kartun Zunar (Harakah), Songkok dan Lebai (Harakah), buku kartun satira (sinisan politik) hasil karya ZUNAR yang berkisarkan cerita yang berkaitan dengan Perdana Menteri dan isteri, Temberang (Tranungkite online), buku kartun kemerdekaan negara hasil karya kartunis Lat, Cartoonkini karya ZUNAR

Berdasarkan Jadual 3, kartun lawak mencatatkan hubungan yang paling tinggi iaitu dicatatkan sebanyak 99.0 peratus bagi UKM, 97.8 peratus bagi UPM dan 93.0 peratus bagi UM. Ini kerana, mereka lebih berminat untuk membaca kartun yang bersifat lawak kerana mereka ingin merehatkan minda mereka setelah lelah menyiapkan tugas sebagai seorang pelajar universiti dan mereka tidak mahu membebankan dengan perkara lain. Gambar yang menarik serta dialog yang lawak menjadi minat semua pihak untuk melihat dan membaca seterusnya menimbulkan rasa gelihati kepada pembaca.

Selain itu, kartun yang bersifat pengajaran turut dilihat dan dibaca responden. Motif dan ilustrasi oleh kartunis yang menampilkan unsur didaktik atau pengajaran turut menarik minat responden untuk melihat dan membaca kartun jenis tersebut.

Seterusnya yang mencatatkan peratusan yang paling rendah adalah kartun politik iaitu sebanyak 62.0 peratus bagi UKM, 82.6 peratus bagi UPM dan 42.3 peratus bagi UM. Ini kerana mereka tidak banyak mencari informasi berkaitan dengan politik. Bahkan terdapat juga diantara mereka yang tidak pernah tahu akan kartun yang bersifat politik dan tidak tahu jenis-jenis yang kartun yang bersifat politik, juga mereka tidak mampu untuk membezakan kartun yang bersifat politik atau sebaliknya.

yang terdapat didalam Malaysiakini dan pelbagai lagi karikatur yang bersifat politik dan satira.

Ruangan dialog 'Senyum Kambing' yang disiarkan dalam akhbar Utusan Malaysia pada muka depan sejak kesekian lamanya menjadi popular dalam kalangan responden yang ditemubual. Mesej dialog kartun tersebut bersifat sinis dan menyindir pihak pembangkang ataupun pihak yang tidak sebulu dengan

parti pemerintah. Selain itu, kartun satira karya Zunar yang pro pembangkang turut popular dalam kalangan pembaca. Kartun tersebut memaparkan isu ketirisan dan penyelewengan oleh pemimpin negara yang menjadi viral dalam media sosial. Kartunis Lat dan Zunar sememangnya popular dalam kalangan pembaca akhbar Utusan Malaysia dan Harakah kerana mereka ingin mengetahui isu-isu semasa terutamanya isu politik dengan lebih cepat dan ringkas di samping ingin mengetahui motif atau unsur tersirat yang disampaikan oleh kedua-dua kartunis tersebut.

Kartun yang bersifat politik dapat dilihat dalam akhbar dan juga risalah bercetak. Bahan bercetak mudah diperolehi terutamanya akhbar yang mempunyai keluaran setiap hari di samping harga yang berpatutan. Kedudukan kartun pada halaman paling depan dengan grafik yang menarik dan jelas menjadikan akhbar merupakan sumber perolehan bacaan kartun yang paling popular dalam kalangan responden yang dikaji.

Karikatur politik banyak dihasilkan berdasarkan keadaan semasa, terutamanya kerenah-kerenah para pemimpin dalam sesuatu parti. Tindakan yang dilakukan oleh mereka akan diilhamkan kedalam bentuk karikatur agar lebih mudah untuk difahami oleh pembaca. Walaupun ianya disampaikan secara bersahaja tetapi ianya mampu memberikan pelbagai maksud dan ianya bergantung kepada pandangan individu. Oleh sebab itu, karikatur yang dihasilkan mampu untuk menggambarkan keadaan politik semasa dan hal-hal yang sedang berlaku dalam negara.

Kartun politik ini juga adalah satu alat yang digunakan oleh sesebuah parti politik untuk dijadikan sebagai bahan propaganda untuk menyindir dan memburukkan pihak lawan agar dapat menarik perhatian masyarakat untuk berubah fikiran dan berpihak kepada mereka. Wujudnya perkara ini akan dapat mempengaruhi kecenderungan dan pilihan politik seseorang individu. Hal ini kerana, dialog yang terdapat dalam karikatur mampu memberikan kesan kepada kecenderungan untuk memilih parti politik.

Karikatur juga merupakan sumber maklumat politik yang popular yang dapat menarik minat masyarakat untuk melibatkan diri dalam kajian geografi visual dan ianya juga mempunyai imej bergambar sebagai teks yang memberi tafsiran yang pelbagai. Ianya mampu untuk memberikan pelbagai makna terutamanya teks yang lebih berunsurkan politik tempatan semasa.

Jenis Media yang Dominan

Berdasarkan kajian lapangan yang dijalankan medium penyampaian maklumat politik yang dominan ialah

filem (47 peratus), diikuti lagu/muzik (29 peratus) dan karikatur/kartun (24 peratus). Walaupun filem adalah yang dominan, jenis filem yang menjadi pilihan responden aksi bukannya bukannya filem yang berunsurkan patriotik atau kenegaraan. Ini kerana mereka lebih gemar menonton filem yang boleh memuaskan hati mereka dan yang boleh memberikan kepuasan kepada mereka semasa menonton seperti filem aksi.

Mereka juga, lebih gemar filem yang santai dan yang boleh merehatkan minda mereka, seperti filem komedi dan filem cinta. Hal ini kerana, mereka lebih suka untuk merehatkan fikiran mereka setelah mereka penat mengerjakan tugas harian mereka sebagai seorang pelajar di universiti. Mereka juga kurang berminat untuk menonton filem-filem yang berunsurkan patriotik dan kenegaraan. Disebabkan itu, mereka lebih berminat menonton filem yang lain seperti filem aksi yang paling mencatatkan peratusan yang tertinggi berbanding filem-filem yang lain.

Kini kebanyakan filem yang dihasilkan adalah bersifat filem yang ringan dan hanya semata-mata hanya tertumpu kepada yang bercorak komersial sahaja. Hal ini menyebabkan pengiat seni menjadi lebih ghairah untuk menghasilkan filem-filem yang boleh membawa perasaankecintaan kepada bangsa dan negara. Perkara seperti ini juga telah menyebabkan filem-filem yang berunsurkan patriotik semakin hilang di telan zaman.

Ekoran daripada tersebut telah menyebabkan nasib filem patriotik menjadi tidak menentu, kerana sukar untuk mendapat tempat di hati penonton. Tambahan pula dengan hasil kutipan daripada hasil filem seperti adalah juga amat mengecewakan. Sebagai contoh filem yang telah mengalami kerugian yang besar akibat tidak mendapat sambutan daripada masyarakat, antaranya ialah filem *Leftenana Adnan*. Filem ini adalah hasil sentuhan daripada pengarah yang terkenal dalam industri perfileman negara iaitu Aziz M Osman. Filem *Leftenan Adnan* ini telah menelan modal sebanyak RM1.5 juta untuk sepanjang pembikinan filem dijalankan, tetapi hasil kutipan hanya sebanyak RM1.08 juta sahaja.

Terdapat lagi filem yang paling mencatatkan hasil kutipan yang paling rendah dalam sejarah penghasilan filem yang bersifat patriotik, filem tersebut adalah filem *Paloh*. Filem tersebut telah menggunakan dana kerajaan dan dana yang diberikan untuk digunakan adalah sangat tinggi iaitu sekitar RM 3 juta tetapi hasil kutipannya hanya serendah RM 140,000 sahaja. Hal ini amat mengecewakan pihak-pihak yang berkenaan.

Begitu juga nasib yang menimpa Datuk Suhaimi Baba yang merupakan pengarah dan penerbit filem. Hasil karyanya yang bertajuk 1957: *Hati Malaya*, telah

gagal untuk menarik masyarakat untuk menontonya di lebih 20 pawagam diseluruh Malaysia tetapi beliau tidak serik. Ekoran daripada itu telah wujudnya filem beliau yang seterusnya yang merupakan filem sejarah dan patriotik yang telah memaparkan perjuang yang telah dilakukan oleh dua tokoh negara untuk mendapatkan kemerdekaan. Tokoh tersebut ialah Tun Abdul Razak dan Tun Dr. Ismail. Filem tersebut berjudul Tanda Putera, dan filem tersebut tidak dapat ditayangkan kerana telah mendapat kritikan dan gesaan daripada segelintir pihak. Ini kerana, mereka beranggapan bahawa filem tersebut telah menyentuh isu yang berkaitan dengan isu sensitiviti kaum dan unsur-unsur yang lebih bersifat politik. Perkara ini telah membimbangkan sesetengah pihak oleh sebab itu mereka berusaha untuk menyekat file mini daripada ditayangkan dimana-mana pawagam diseluruh Malaysia.

Pengaruh Media terhadap Pilihan Politik

Ujian taburan silang telah dibuat untuk melihat impak atau pengaruh tiga medium iaitu lagu patriotik/propaganda, filem patriotik/kenegaraan dan kartun politik terhadap gabungan parti yang menjadi pilihan. Pada peringkat parlimen, bagi responden yang meminati lagu politik/propaganda, didapati mereka yang menyokong BN ialah 20.3 peratus, PR 18.0 peratus dan bagi yang tidak pasti ialah 61.7 peratus. Bagi meminati filem patriotik/kenegaraan pula, responden yang menyokong BN ialah 21.3 peratus, PR 19.4 peratus dan bagi yang tidak pasti ialah 59.4 peratus, manakala bagi responden yang menyukai kartun politik pula yang menyokong BN ialah 22.3 peratus, PR ialah 18.5 peratus dan yang tidak pasti 59.2 peratus. Secara keseluruhannya dapatan kajian menunjukkan majoriti responden yang meminati geopolitik popular ini bersikap tidak pasti ataupun masih tidak memihak dalam menyatakan sokongan mereka kepada parti politik. Hal ini kerana pelajar universiti pemikirannya telah matang dan telah boleh menimbangkan sesuatu keputusan sama ada baik atau buruk. Tidak mustahil juga, untuk mereka memihak kepada pihak pembangkang kerana berdasarkan ujian taburan silang yang telah dilakukan yang memilih PR tidak jauh beza dengan yang memilih BN. Perkara ini lagi tidak mustahil dalam responden yang masih dalam keadaan yang tidak pasti adalah yang paling tinggi. Mereka masih keliru untuk memilih parti yang mana, malah juga terdapat juga responden yang tidak mahu mendedahkan pilihan mereka kerana berkaitan dengan isu-isu sensitif dan peribadi jika dikaitkan dengan parti politik dan perkara tersebut akan memberikan kesan kepada mereka.

Berdasarkan hasil kajian yang diperoleh,

majoriti responden 'Tidak Pasti' untuk menentukan parti mana yang akan menang pada peringkat DUN dan ini telah menyebabkan nilainya adalah yang paling tinggi iaitu 57.6 peratus. Masih ramai responden yang menyatakan 'Tidak Pasti' kerana bagi mereka undi adalah rahsia ataupun ingin melihat perkembangan isu politik dan sosioekonomi hinggalah hari mengundi kemudian barulah membuat keputusan untuk memilih parti yang disukai. Ujian taburan silang telah dibuat untuk melihat impak atau pengaruh tiga medium iaitu lagu patriotik/propaganda, filem patriotik/kenegaraan dan kartun politik terhadap gabungan parti yang menjadi pilihan pada peringkat DUN. Keputusan yang diperoleh adalah tidak mempunyai perbezaan yang ketara yang mana bagi yang meminati kartun politik dengan sokongan kepada BN ialah 21.5 peratus, PR 20.0 peratus dan yang tidak pasti ialah 58.5 peratus. Begitu juga yang meminati filem patriotik dan lagu politik/propaganda dengan sokongan kepada BN ialah 21.3 peratus, PR 20.0 peratus dan yang tidak pasti ialah 58.8 peratus. Bagi yang meminati lagu patriotik/kenegaraan pula, sokongan kepada BN ialah 20.3 peratus, PR 19.5 peratus dan yang tidak pasti ialah 60.2 peratus. Hal ini kerana pelajar universiti mempunyai pemikiran yang berbeza dan mereka lebih peka dengan keadaan semasa yang berlaku dalam dunia politik negara. Mereka juga lebih mudah untuk terpedaya dengan janji-janji yang ditawarkan yang lebih mementingkan golongan muda.

KESIMPULAN

Secara keseluruhannya, golongan pengundi partisan dan golongan yang berpendidikan serta berpendapatan sederhana dan rendah lebih mudah terpengaruh dengan medium geopolitik popular terhadap partisipasi, persepsi dan sokongan kepada parti politik. Elemen grafik, audiovisual serta ayat dan kata-kata yang bersifat memujuk, memerli dan dapat menaikkan semangat seseorang individu telah berjaya menarik minat seterusnya mempengaruhi persepsi dan pilihan politik masyarakat massa. Apa yang membezakan tahap penerimaan medium geopolitik popular ini ialah sama ada mereka menerima bulat-bulat maklumat yang disampaikan ataupun memikirkan kesahihan atau kebenaran maklumat yang disampaikan tersebut secara rasional atau emosional. Justeru, semua pihak perlu matang dalam menyampaikan maklumat atau menerima maklumat bagi memastikan keamanan dan kestabilan politik dan sosioekonomi negara ini berterusan dan berkekalan selamanya.

PENGHARGAAN

Terima kasih diucapkan kepada pihak kedekanan Fakulti Sains Sosial dan Kemanusiaan, Universiti Kebangsaan Malaysia atas sokongan dan bantuan yang diberikan dalam menjayakan penyelidikan ini.

RUJUKAN

- Ahmad Nidzamuddin Sulaiman. 2002. Budaya Politik dalam Masyarakat Majmuk di Malaysia. Dlm. Abdul Monir Yaacob & Suzalie Mohamad (Pnyt). *Etika dan Budaya Berpolitik dari Perspektif Islam*. Kuala Lumpur: Institut Kefahaman Islam Malaysia.
- Almond, G.A. & Powell G.B. 1960. *Comparative Politics: A development Approach*. Boston: Little Brown.
- Almond, G.A. & Powell G.B. 1984. *Comparative Politics Today: A World View*. Boston: Little Brown.
- Amer Saifude Ghazali. 2009. *Geografi Pilihan Raya Malaysia*. Kuala Lumpur, Penerbit Universiti Malaya.
- Amer Saifude Ghazali. 2015. *Geografi Politik dan Pilihan Raya Kelantan*. Kuala Lumpur: Penerbit Universiti Malaya.
- Campbell, A. Converse, P.E., Miller, W. dan Stokes, D.E. 1960. *The American Voter*. New York: Willey.
- Cohen, L., Manion, L., & Morrison, K. 2007. *Research Methods in Education*. 6th edition. Oxford: Routledge.
- Dodds, K. 2005. *Global Geopolitics, A Critical Intoduction*. United Kingdom: Pearson Education.
- Downs, A. 1957. *An Economic Theory of Democracy*. New York: Harper and Row.
- Fazlina Mohd Radzi, Shaliza Dasuki & Nurkhozilah Idris. 2014. Kartun Editorial Melayu Pasca Pilihan Raya Umum 2008: Rupa, Jiwa Dan Kritikan. Seminar Antarabangsa Ke-3 Arkeologi, Sejarah dan Budaya di Alam Melayu (ASBAM 2014). Anjuran Institut Alam dan Tamadun Melayu (ATMA), UKM. Dengan Kerjasama Kluster Sejarah, Warisan dan Sosio-Budaya, Majlis Profesor Negara, Kementerian Pendidikan Malaysia; Pusat Pengajian Sejarah, Politik dan Strategi, Fakulti Sains Sosial dan Kemanusiaan, UKM; dan Kumpulan Penyelidikan Kebudayaan, Kesenian dan Warisan UKM. Tempat Seminar: Bilik Senat dan Bilik Majlis, Bangunan Canselor, UKM. 23-24 Disember.
- Ghazali Mayudin. 1999. Pengundian dan Identifikasi Parti. Dlm. Ghazali Mayudin (Pnyt). *Teori Sains Politik Pilihan: Aplikasinya dalam Konteks Malaysia*. Bangi: Jabatan Sains Politik.
- Ghazali Mayudin. 2006. Demokrasi dan Pilihan Raya di Malaysia. Dlm Ghazali Mayudin, Jamaie Hamil, Sity Daud & Zaini Othman. *Demokrasi Kepimpinan dan Keselamatan dalam Politik Malaysia*. Bangi: Penerbit Universiti Kebangsaan Malaysia.
- Hartshorne. 1954. *Geopolitical Traditions: A Century Of Geopolitical Thought*. London and New York: Routledge, Taylor and Francis Group.
- Herrnson, P.S., Stokes-Brown, A.K., Hindman, M. 2007. Campaign politics and the digital divide constituency characteristics, strategic considerations, and candidate internet use in state legislative elections. *Political Research Quarterly* 60(1): 31-42.
- <http://www.ukm.my/pkk/fakta-pantas/>.
- <https://www.um.edu.my/about-um/um-fact-sheet>.
- http://www.upm.edu.my/tentang_kami/fakta&angka.
- Jankowski, N.W., Van Selm, M. 2008. Internet-based political communication research: illustrations, challenges & innovation. *Javnost* 15(2): 5-16.
- Johnston, R.J. 2000. *The Dictionary of Human Geography*. Sussex: Wiley.
- Junaidi Awang Besar, Viknesh a/l Ramachandran, Mohd Fuad Mat Jali, Rosmadi Fauzi & Amer Saifude Ghazali. 2012. Analisis Geografi Politik Dalam Setem Pos. *International Conference On Social Sciences And Humanities (ICOSH) 2012*. Anjuran dan Tempat Persidangan: Fakulti Sains Sosial dan Kemanusiaan (FSSK), Universiti Kebangsaan Malaysia (UKM), Bangi, Selangor. Pada 11-12 Disember.
- Junaidi Awang Besar, Mohd Fuad Mat Jali, Novel Lyndon & Mazlan Ali. 2013. Penggunaan Internet dan Persepsi Politik Mahasiswa Universiti Kebangsaan Malaysia. *Jurnal Personalia Pelajar*. 16(12): 1-13.
- Lazarsfeld, Paul F, Bernard R. Barelson & Hazel Goudet. 1968. *The People Choice*. New York: Duel, Sloan and Pierce.
- Lipset, S.M. 1960. *Political Man: The Social Bases of Politics*. Bombay: Vakils, Feffer and Simons Private, Ltd.
- Milbrath, L.W. 1965. *Political Participation*. Chicago: Rand McNally College Publishing Company.
- Mohd Hariszuan Jaharudin. 2014. Pilihan Raya Umum Ke-13: Perubahan Budaya Politik Malaysia Dan Krisis Legitimasi Moral Barisan Nasional. *Kajian Malaysia*. 32 (2) (2014): 149–169.
- Muliyadi Mahamood. 2010. *Dunia Kartun*. Kuala Lumpur: Creative Enterprise Sdn. Bhd.
- Sharp, J. P. 2000. *Condensing the Cold War: Reader's Digest and American Identity* Minneapolis: University of Minnesota Press.
- Syed Arabi Idid. 2014. *Scholarship in Transformation*. Bangi: Media and Democracy Research Group, Institute of Malaysia and International Studies, The National University of Malaysia.
- Taylor & Johnston. 1979. *Geography Of Elections*. London: Croom Helm.
- Vromen, A. 2007. Australian young people's participatory practices and internet use. *Information Communication and Society* 10(1): 48-68.
- Junaidi Awang Besar (Encik)
Pusat Pengajian Sosial, Pembangunan & Persekitaran
Fakulti Sains Sosial dan Kemanusiaan,

Universiti Kebangsaan Malaysia,
43600 UKM Bangi, Selangor. Malaysia
E-mel: jab@ukm.edu.my / junaididee@yahoo.com

Mohd Fuad Mat Jali (Prof. Dr.)
Pusat Pengajian Sosial, Pembangunan & Persekitaran
Fakulti Sains Sosial dan Kemanusiaan,
Universiti Kebangsaan Malaysia,
43600 UKM Bangi, Selangor. Malaysia
E-mel: fuad@ukm.edu.my