

Implikasi Keterlibatan Audien Belia Dengan Kempen Perpaduan Di Televisyen: Perbandingan Belia Melayu Dan Bukan Melayu

DZUHAILMI DAHALAN, NOBAYA AHMAD, NOR AZLIZA WANIS ABDULLAH,
SALLEH HASSAN, JAMILAH OTHMAN & MARIAH MUDA

ABSTRAK

Masyarakat Malaysia khususnya golongan belia sering disajikan dengan kempen-kempen perpaduan di saluran televisyen dalam negara. Ini adalah kerana televisyen dikatakan antara saluran media yang sangat berpengaruh dalam menyampaikan maklumat. Namun sejauh manakah saluran ini berkesan dalam penyampaian maklumat kempen perpaduan? Kertas ini membincangkan sejauh mana implikasi keterlibatan audiens belia di tahap pemikiran, pengetahuan dan tingkah laku setelah menonton kempen perpaduan di televisyen Malaysia dengan melihat perbandingan di antara kumpulan belia Melayu dengan belia bukan Melayu. Implikasi keterlibatan audiens belia ditakrifkan sebagai situasi di mana belia memahami dan melibatkan diri dengan kempen-kempen perpaduan yang disiarkan menerusi televisyen Malaysia. Kajian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Seramai 513 orang belia di sekitar Lembah Klang dan berumur antara 15 hingga 25 tahun telah terlibat dalam kajian ini. Hasil kajian menunjukkan bahawa terdapat perkaitan yang signifikan di antara implikasi keterlibatan audiens belia di tahap pemikiran dan perasaan sahaja dengan kempen-kempen perpaduan di televisyen Malaysia di antara kumpulan belia Melayu dengan kumpulan belia bukan Melayu. Kajian juga menunjukkan bahawa televisyen masih lagi berperanan sebagai medium komunikasi bagi menyemai semangat perpaduan antara kaum khususnya golongan belia namun strategi penyampaian mungkin boleh diperkemas lagi dari masa ke semasa.

Kata kunci: Keterlibatan Audiens Belia, Media penyiaran, Kempen Perpaduan

ABSTRACT

The Malaysian society in particular the youths are often exposed to numerous unity campaigns in local television channels. This is because television is regarded as an influential media channel in imparting information. However, how effective are these channels in transmitting information regarding unity campaigns? This paper discusses how far the implication on the involvement of youths in their level of thinking, knowledge and behavior after watching unity campaigns in Malaysian television by comparing the differences between Malay and non-Malay youths. The implication on the involvement of youths is defined as a situation whereby youths understand and get involved in unity campaigns that were broadcasted in Malaysian television. This study used quantitative approach. As many as 513 youths in Klang Valley aged between 15 to 25 years participated in this study. The results showed that there was significant difference between implication on the involvement of youths in terms of thinking and feelings with unity campaigns in Malaysian television between Malay and non-Malay youths.

This study also showed that television is still relevant as a medium of communication to instill the spirit of unity between races particularly among the youths. However, the delivery strategy could be improved from time to time.

Keywords: *Participation of Youth Audients, Broadcasting Media, Unity Campaigns*

PENGENALAN

Malaysia adalah sebuah negara yang pesat membangun dan mempunyai rakyat yang berbilang kaum, bangsa dan agama. Dalam hal ini, perpaduan dan integrasi serta budaya toleransi adalah perkara yang begitu penting dihayati oleh setiap masyarakat Malaysia (Nazri dan Mohamad Sabri, 2005). Semua pihak bersetuju bahawa perpaduan adalah pemangkin kepada kestabilan sosial dan pembangunan sesebuah negara. Ia merupakan keperluan yang tidak dapat dipisahkan oleh mana-mana masyarakat dalam sesebuah negara (Malaysia Kita, 2005).

Pemimpin negara sejak dari Malaysia mencapai kemerdekaan sehingga kini begitu beriltizam ke arah mewujudkan sebuah negara yang harmoni, mempunyai semangat perpaduan yang mantap dan ikatan integrasi yang erat antara kaum dan wilayah. Walaupun negara kita pernah teruji dengan ‘musibah perpaduan’ suatu masa dahulu namun usaha memupuk rakyat dalam negara yang sentiasa meraikan kepelbagaian kaum tidak pernah luntur dan sentiasa dijadikan agenda nasional. Satu contoh yang baik untuk dihayati bagaimana usaha menyemai benih perpaduan antara kaum ini begitu serius sehingga menjadi agenda nasional ialah dengan wujudnya barisan kepimpinan negara kita sendiri yang terdiri daripada pemimpin pelbagai kaum.

Menurut Mohamad Zaini (2005), perpaduan di kalangan anggota masyarakat merupakan satu konsep yang bersifat abstrak dan elusif. Menurutny lagi, ia amat sensitif kepada perubahan-perubahan seperti transformasi nilai, norma persekitaran dan kepentingan. Dalam konteks Malaysia, perpaduan negara merujuk kepada satu keadaan di mana rakyat dari pelbagai kumpulan etnik, agama dan wilayah, hidup dengan aman sebagai satu bangsa yang bersatu dengan memberi komitmen yang penuh kepada identiti kebangsaan berlandaskan kepada Perlembagaan Persekutuan dan Rukun Negara¹.

Perpaduan kaum adalah satu perkara yang sangat penting dipertahankan demi menjamin kesejahteraan hidup setiap individu. Kepentingan elemen ini dalam pembangunan negara pernah ditegaskan oleh YAB Mantan Perdana Menteri Malaysia, Datuk Seri Abdullah Ahmad Badawi dalam satu majlis penyampaian watakah pelantikan Panel Penasihat Perpaduan Negara (Panel) dan Pengerusi Jawatankuasa Penasihat Perpaduan Negeri (JKKPN) Sesi 2007-2008 sepertimana berikut: *“Perpaduan mesti terus menjadi matlamat pembangunan negara supaya Malaysia dapat mengekalkan keamanan serta mempunyai bangsa yang maju dan berjaya”*.

Sehingga kini, kerajaan telah merangka dan memberi penekanan kepada beberapa dasar dalam bidang sosioekonomi yang menjurus kepada pemupukan perpaduan dan integrasi nasional antaranya: Dasar Pendidikan Kebangsaan, Dasar Kebudayaan Kebangsaan, Dasar Ekonomi Baru, Dasar Pembangunan Negara, Dasar Wawasan Negara

¹ Mesyuarat Panel Penasihat Perpaduan Negara, Februari 1992

dan Dasar Sosial Negara. Dasar-dasar tersebut telah diperkukuhkan lagi dengan memperkenalkan 'Rukun Negara' sebagai ideologi kebangsaan dan usaha-usaha bagi mengurangkan tindak-tanduk politik yang boleh memecahbelahkan rakyat.

GENERASI BELIA ASAS KEPADA PEMBENTUKAN PERPADUAN

Isu perpaduan nasional tidak mungkin dapat dipisahkan tanpa fokus yang betul kepada aspek pembangunan belia kontemporari pelbagai kaum dalam negara kita. Ini kerana negara ini mempunyai sejumlah 11 juta belia atau 45 peratus penduduknya adalah ditakrifkan sebagai golongan belia (Samsudin, 2005). Kita mesti melihat realiti yang berlaku kepada golongan belia pada hari ini dan merancang untuk meningkatkan lagi kesejahteraan hidup mereka di masa depan (Samsudin, 2005).

Oleh sebab itu, kepentingan untuk menyemai benih perpaduan di kalangan belia pelbagai kaum ini berjaya dikesan oleh pemimpin terdahulu melalui pemantapan sistem pendidikan negara. Ini dibuktikan dengan terdapatnya saranan menjadikan Bahasa Melayu sebagai bahasa pengantar di semua peringkat pendidikan sebagaimana dalam Penyata Razak dan Laporan Rahman Talib. Selain itu, walaupun kewujudan sekolah berasrama penuh, sekolah menengah kebangsaan dan Maktab Rendah Sains MARA (MRSM) dikhususkan kepada bangsa Melayu, namun keistimewaan ini turut diberikan kepada bukan Melayu apabila kerajaan membenarkan mereka memasuki MRSM dan Matrikulasi dengan kuota 10% (Nazri dan Mohamad Sabri, 2005).

Untuk mencegah dari berlakunya konflik perkauman, setiap individu perlu mempunyai sikap toleransi terhadap perbezaan budaya, agama, kepercayaan dan etnik (Wendy Yee, 2008). Memang tidak dinafikan konflik perkauman melibatkan kumpulan belia di Malaysia masih wujud walaupun ia agak terkawal. Peristiwa rusuhan oleh kumpulan Hindraf di ibu kota Kuala Lumpur pada tahun 2008 yang merasakan terdapat diskriminasi kumpulan kaum minoriti selain kejadian perbalahan antara kaum di Kampung Medan pada tahun 2001 adalah antara contoh yang tidak sihat melibatkan golongan belia di Malaysia. Selain itu, kajian yang pernah dijalankan oleh Institut Pembangunan Sabah pada tahun 1994 mendapati masih terdapat isu perpaduan dan integrasi nasional yang perlu diatasi oleh negara ini. Antaranya kajian ini mendapati, fakta sejarah mengenai pembentukan Malaysia masih belum diterapkan secara kukuh terutamanya kepada generasi muda.

Sungguhpun demikian semua pihak harus melihat keadaan ini dengan perasaan penuh tanggungjawab. Hari ini dalam keadaan semua pihak mempunyai harapan yang tinggi terhadap belia agar menjadi tonggak perpaduan kaum, tidak adil kalau kita asyik menyalahkan setengah-setengah pihak sahaja sedangkan diri kita sendiri tidak mengambil bahagian sedikit pun dalam menyemai benih-benih perpaduan. Dalam pada itu, golongan belia itu sendiri perlu merasakan bahawa mereka mempunyai peranan dan tanggungjawab yang sangat besar kepada masa depan negara kerana mereka adalah aset dan modal insan yang tidak ternilai. Mereka perlu memainkan peranan secara proaktif dalam memupuk semangat perpaduan yang telah disemai oleh tokoh-tokoh kemerdekaan negara pada masa lalu. Maka, golongan belia di negara kita harus diberikan kepercayaan, peluang dan bimbingan supaya potensi mereka dapat dimanfaatkan untuk kepentingan negara.

TELEVISYEN SEBAGAI MEDIA PENYAMPAIAN KEMPEN PERPADUAN MALAYSIA

Media memainkan peranan penting dalam penyampaian maklumat. Setelah Malaysia mencapai kemerdekaan pada 1957, media massa khususnya radio telah diberi tugas untuk mencorakkan perubahan dalam masyarakat (Md. Salleh, 2008). Media penyiaran di Malaysia melalui Perkhidmatan Penyiaran Luar Bandar, telah menyiarkan program-program atau siaran-siaran khusus dalam bidang pertanian bagi membantu negara yang baru mencapai kemerdekaan pada waktu itu (Md. Salleh, 2008). Kewujudan media baru seiring dengan perkembangan ICT yang begitu pesat pada masa ini merancakkan lagi kecapaian maklumat di pihak penerima (audien).

Mc Quail (1995) dalam Samsudin, (2001) menyatakan prestasi media akan dinilai berdasarkan peranannya dalam dua domain iaitu domain sosial dan domain budaya. Sejauh mana media dapat memainkan peranannya dalam kedua-dua domain itu pula bergantung kepada budaya media itu sendiri (Samsudin, 2001). Kita boleh beranggapan, sistem media awam akan lebih memperagakan aspek domain sosial berbanding dengan sistem media komersial kerana media komersial yang bermotifkan keuntungan akan lebih tertumpu kepada isian hiburan yang popular yang boleh menarik perhatian khalayaknya (Samsudin, 2001).

Di Malaysia, media penyiaran sememangnya medium yang biasa digunakan sebagai alat dalam memupuk semangat perpaduan di antara kaum. Kita sering terpancang berbagai-bagai kempen kemasyarakatan yang disiarkan oleh stesen-stesen televisyen yang turut menyelitkan unsur-unsur perpaduan di dalamnya. Salah satu genre televisyen yang memaparkan kempen perpaduan kaum ini ialah kempen-kempen kemasyarakatan yang membawa berbagai-bagai tema seperti kempen rasa kekitaan terhadap negara, kempen-kempen untuk hari kebesaran kaum dan agama, kempen-kempen kesihatan, kempen keselamatan jalan raya, kempen penjagaan alam sekitar dan banyak lagi.

Sungguhpun terdapat begitu banyak lambakan kempen perpaduan khususnya di televisyen, namun menurut Shamsul Amri Baharuddin (2006) masalah perpaduan di negara kita masih dianggap berada dalam *stable tension*. Fenomena ini bermaksud walaupun pada permukaannya, umum nampak bahawa perpaduan kaum di negara ini sangat baik, wujud di mana-mana, namun hakikat sebenarnya ia adalah agak sukar ditafsirkan. Kenapa agaknya keadaan ini masih berlaku meskipun kita sudah 50 tahun mencapai kemerdekaan? Adakah kempen-kempen kerajaan terutamanya yang disiarkan oleh televisyen sebagai media massa yang paling berpengaruh gagal meninggalkan sebarang kesan?

Menurut Gunter (2000), setelah 30 tahun para penyelidik bertungkus-lumus melakukan berbagai-bagai bentuk penyelidikan, namun mereka masih gagal mendapatkan satu kaedah yang benar-benar dapat menggambarkan bagaimana media massa mempengaruhi audiens. Bertolak dari keadaan ini, maka satu perspektif baru dalam memahami kesan media ke atas audiens difikirkan. Perspektif baru ini ialah kajian yang memfokuskan kepada penglibatan audiens dengan mesej-mesej media massa yang dilakukan secara kuantitatif dan juga kualitatif.

Perkembangan program televisyen penyiaran yang tidak mempunyai matlamat yang selaras dengan aspirasi negara akan hanya mencemarkan persekitaran budaya kita (Samsudin, 2007). Ini disebabkan apa juga penerbitan program dan penerimaannya oleh generasi muda akan memberi kesan kepada pembentukan identiti budaya mereka, sama

ada identiti nasional, bangsa, agama, pekerjaan, keluarga dan dirinya sendiri (Samsudin, 2007). Cabaran utama yang dihadapi oleh media penyiaran khususnya televisyen di Malaysia ialah bagaimanakah ia boleh terus berperanan membantu dalam memupuk semangat perpaduan di antara kaum sehingga semua anggota masyarakat faham peranan mereka dalam memastikan tidak wujud sebarang tindak-tanduk anasir yang boleh membawa kepada perpecahan kaum.

KONSEP KETERLIBATAN AUDIEN DENGAN MEDIA

Kajian keterlibatan audiens (*audience involvement*) sebenarnya cuba melihat perkara yang sama iaitu kesan media namun ia terbit dari perspektif audiens. Dalam konteks ini, audiens harus diberi hak dan kebebasan untuk menyatakan sendiri tentang pemikiran dan perasaan mereka terhadap sesuatu kandungan media. Penglibatan atau keterlibatan audiens merupakan salah satu dimensi dalam konsep keaktifan audiens (Perse, 1990). Levy dan Windahl (1985) pula berpendapat bahawa keterlibatan audiens merupakan salah satu orientasi yang ditunjukkan oleh audiens yang aktif, di samping perbuatan memilih (*selectivity*) dan menggunakannya dengan cara yang berbagai-bagai (*utility*). Pandangan ini selari dengan pandangan Kim dan Rubin (1997) yang menyebut bahawa audiens yang aktif akan melakukan tiga perkara ketika memilih untuk mendedahkan mereka kepada media massa. Ketiga-tiga proses tersebut ialah pemilihan (*selectivity*), perhatian (*attention*) dan penglibatan (*involvement*).

Penglibatan audiens mempunyai dua makna. Satu yang berkisar dalam bidang penyelidikan pemasaran yang terbit dari Teori Penghakiman Sosial (Rubin dan Perse, 1987). Makna kedua ialah makna yang diberikan oleh Krugman (1966) yang memberi makna sebagai pengalaman peribadi secara terus oleh audiens semasa mereka menerima sesuatu mesej. Keterlibatan audiens belia juga membawa maksud wujudnya penyertaan mereka dengan mesej-mesej yang mereka terima.

Kajian oleh Rubin dan Perse (1987) memberikan tiga bentuk penglibatan iaitu secara kognitif, afektif dan tingkah laku. Perse (1990) yang mengkaji keterlibatan audiens dengan kandungan berita menunjukkan berlaku dua aspek penglibatan iaitu pengingatan dan juga interaksi para sosial. Sood (2002) yang mengkaji dimensi penglibatan audiens dengan program drama radio bersiri yang menggunakan pendekatan didik hiburan menghasilkan empat bentuk penglibatan iaitu penglibatan rujukan (*referential involvement*), penglibatan perasaan (*afective involvement*), penglibatan kritikal (*critical involvement*) dan penglibatan kognitif (*cognitive involvement*). Kajian oleh Bae dan Lee (2004) bertujuan untuk mengenal pasti bentuk keterlibatan audiens dengan drama-drama yang berkisar pada tema perceraian di Korea Selatan menunjukkan terdapat tiga jenis keterlibatan yang ditunjukkan. Ketiga-tiga jenis keterlibatan itu ialah berbentuk interaksi para sosial, mengingati semula apa yang disiarkan (*reflection*) dan penyertaan secara tingkah laku.

Mariah dan Zaridah (2005) yang cuba mengenal pasti lebih terperinci bentuk-bentuk keterlibatan audiens pendatang asing wanita Indonesia terhadap program-program televisyen tempatan memberikan 10 dimensi keterlibatan yang kesemuanya boleh dikategorikan sebagai keterlibatan berbentuk kognitif, afektif dan tingkah laku. Konstruk-konstruk baru yang ditemui dalam kajian berbentuk kualitatif tersebut ialah: menonton dengan penuh perasaan, sering kaitkan berita yang di tonton dengan kampung halaman dan keluarga, marah dan malu jika ada orang Indonesia yang ditangkap atau membuat

kesalahan, jalinkan hubungan emosional dengan watak dalam televisyen, mengidentifikasikan watak dan cerita dengan diri sendiri, sekadar meminati atau suka menonton sesuatu program, membabitkan emosi dan pemikiran, kesan langsung yang diperoleh dari televisyen dan menonton televisyen dengan bermacam-macam tujuan.

PERNYATAAN MASALAH

Memang tidak dapat nafikan media penyiaran khususnya televisyen membantu perkembangan intelektual dan pembangunan audiens. Kajian yang dijalankan oleh Rubin dan Perse (1987), Perse (1990) memang menunjukkan terdapatnya keterlibatan audiens dalam aspek pemikiran, perasaan dan tingkah laku dengan kandungan program televisyen. Begitu juga dapatan yang serupa ditemui dalam kajian yang telah dijalankan oleh Mariah dan Zaridah (2005). Ringkasnya, audiens terkesan dengan kandungan program yang disalurkan oleh media penyiaran sama ada keterlibatan mereka itu pada tahap pemikiran, perasaan ataupun tingkah laku.

Jika ditinjau dalam konteks Malaysia, akses belia dalam negara ke atas maklumat yang disalurkan televisyen dilihat memang tidak ada masalah. Dalam satu kajian bertajuk Media dan Identiti Budaya yang dijalankan oleh penyelidik Pusat Pengajian Media dan Komunikasi, Fakulti Sains Sosial dan Kemanusiaan, UKM pada tahun 2000 (dalam Samsudin, 2001) mendapati tren umur mempengaruhi pola audiens menonton televisyen. Mereka yang berumur muda lebih banyak menonton televisyen dengan umur yang lebih dewasa. Kajian ini mendapati pola menonton televisyen dalam tempoh seminggu oleh remaja mengikut kategori umur adalah seperti berikut: 1) 13-15 tahun (18.3 jam); 2) 16-20 tahun (18.2 jam) dan; 3) 21-25 tahun (17.7 jam). Ini bermakna golongan belia di Malaysia memang terdedah dengan maklumat yang banyak daripada media penyiaran termasuk kempen-kempen perpaduan yang saban hari ditayangkan.

Sungguh pun begitu, Shamsul Amri Baharuddin (2006) dalam artikelnya yang bertajuk "*The Construction and Management of Ethnic Relation in Plural Malaysia*" menyatakan masalah perpaduan di negara kita masih dianggap berada dalam *stable tension*. Fenomena ini menurutnya walaupun pada permukaan, umum nampak bahawa perpaduan kaum di negara ini sangat baik, wujud di mana-mana, namun hakikat sebenarnya ia adalah agak sukar ditafsirkan.

Pemerhatian umum yang boleh kita sama-sama perhatikan sama ada melalui laporan-laporan media massa dan *blog* khususnya masih terdapat kenyataan-kenyataan yang menggambarkan sikap prejudis dalam kalangan anggota kumpulan etnik tertentu di Malaysia yang masih menganggap perpaduan kumpulan etnik lain memberi ancaman terhadap kumpulan etnik mereka. Bagi kumpulan belia pula khususnya, peristiwa rusuhan oleh kumpulan Hindraf di ibu kota Kuala Lumpur pada tahun 2008 yang merasakan terdapat diskriminasi kumpulan kaum minoriti selain kejadian perbalahan antara kaum di Kampung Medan pada tahun 2001 adalah antara contoh yang tidak sihat melibatkan golongan ini di Malaysia (Wendy Yee, 2008). Terdapat juga kajian yang pernah dijalankan oleh Institut Pembangunan Sabah pada tahun 1994 mendapati masih terdapat isu perpaduan dan integrasi nasional yang perlu diatasi oleh negara ini. Antaranya kajian ini mendapati, fakta sejarah mengenai pembentukan Malaysia masih belum diterapkan secara kukuh terutamanya kepada generasi muda.

Persoalan yang mungkin boleh difikirkan apabila dikaitkan dengan golongan belia dalam hubungan ini ialah, apakah kempen-kempen kerajaan terutamanya yang disiarkan

oleh televisyen sebagai media massa yang paling berpengaruh gagal meninggalkan sebarang kesan sehingga masih terdapat sikap prejudis di antara kumpulan etnik di Malaysia? Mengapakah kempen-kempen perpaduan yang disiarkan gagal menimbulkan kesedaran dalam kalangan kumpulan-kumpulan etnik tertentu dalam negara sehingga masih terdapat antara mereka yang berani membuat stereotaip negatif dan berlebihan kepada kumpulan etnik yang lain? Apakah kumpulan ini masih belum bersedia menjayakan hasrat kerajaan yang dilihat begitu bersungguh-sungguh menjadikan perpaduan kaum sebagai satu agenda nasional? Apakah lambakan kempen perpaduan di media penyiaran selama ini telah pun menyebabkan kumpulan belia pelbagai kaum mampu memainkan watak sebagai warganegara yang sebenar dari segi tingkah laku atau hanya sekadar memberi kesan pada pemikiran dan perasaan mereka sahaja.

Bagi menjawab persoalan-persoalan yang ditimbulkan, maka kajian ini bertujuan mengenal pasti apakah tahap keterlibatan kumpulan belia Melayu dan bukan Melayu pada masa ini dengan kempen perpaduan di televisyen Malaysia sama ada ianya berlaku di tahap pemikiran, perasaan ataupun tingkah laku. Di samping itu, kajian ini juga menentukan apakah jurang perbezaan tahap keterlibatan kumpulan belia Melayu dan bukan Melayu dengan kempen perpaduan di televisyen Malaysia di tahap pemikiran, perasaan dan tingkah laku.

METODOLOGI

Kajian ini menggunakan kaedah kuantitatif dengan pendekatan tinjauan sosial. Data dikutip menggunakan borang soal selidik yang diurus sendiri oleh para responden. Kaedah ini dilakukan untuk mendapatkan maklumat yang lebih meluas berkaitan keterlibatan audiens belia dengan mesej-mesej perpaduan dalam kempen kemasyarakatan di televisyen Malaysia.

Pensampelan bertujuan (*purposive sampling*) digunakan dalam memilih responden. Populasi kajian terdiri daripada belia pelbagai kaum yang tinggal di Lembah Klang. Responden kajian adalah terdiri daripada pelajar sekolah menengah terpilih iaitu yang berumur antara 15 sehingga 18 tahun dan penuntut di institusi pengajian tinggi awam yang terpilih dan berumur antara 18 sehingga 25 tahun. Jumlah keseluruhan responden dalam kajian ini adalah seramai 513 orang.

Borang soal selidik telah di pra uji terlebih dahulu dengan membabitkan sejumlah 53 orang responden. Ujian kebolehpercayaan (*reliability*) telah dijalankan dengan mengukur nilai *Cronbach's Alpha*. Hasil pra uji tersebut mendapati bahawa nilai *Cronbach's Alpha* bagi pemboleh ubah adalah .790. Terdapat beberapa pernyataan yang memberi nilai kolerasi yang negatif dan pasukan penyelidik telah mengubah struktur ayat yang lebih mudah untuk difahami.

Sebelum proses kutipan data dijalankan, responden terlebih dahulu dipertontonkan dengan sampel iklan kemasyarakatan yang pernah disiarkan di beberapa saluran televisyen sebelum diberi penerangan untuk mengisi borang soal selidik. Penayangan sampel iklan ini dilakukan dengan tujuan supaya responden mengingati semula (*refresh*) iklan kemasyarakatan yang pernah mereka tonton sebelum ini. Secara puratanya, responden mengambil masa antara 20 sehingga 25 minit untuk mengisi borang soal selidik. Pengumpulan data kajian mengambil masa lima bulan.

HASIL KAJIAN DAN PERBINCANGAN

Latar belakang responden

Profil responden diterangkan mengikut jantina, bangsa (Melayu dan bukan Melayu), agama, jenis kediaman, umur dan juga keadaan penempatan responden sama ada mereka tinggal di kawasan penduduk berbilang kaum ataupun tidak. Kajian ini melibatkan seramai 513 responden yang tinggal di kawasan Lembah Klang. Daripada jumlah tersebut, sebanyak 48.6 peratus responden adalah berumur di antara 19 tahun hingga 25 tahun, 29.6 peratus berumur 16 tahun hingga 18 tahun dan 21.8 peratus berumur 15 tahun. Ini bermakna setiap peringkat umur belia diwakili dalam kajian ini.

Berdasarkan kepada Jadual 1, majoriti responden yang terlibat adalah perempuan iaitu sebanyak 54.9 peratus dan 45.1 peratus adalah lelaki. Dari segi bangsa pula, lebih ramai responden yang berbangsa Melayu (54.9%) berbanding responden bukan Melayu (45.1%). Jika dilihat dari segi agama, sebanyak 55.6 peratus daripada responden adalah beragama Islam, 28.2 peratus beragama Buddha, 10.6 peratus beragama Hindu, 4.5 peratus beragama Kristian dan lain-lain agama sebanyak 1.2 peratus. Responden juga ditanya mengenai jenis kediaman tempat tinggal mereka. Kebanyakan responden tinggal di rumah teres (40.3%), selebihnya tinggal di rumah kampung (23.2%), rumah *flat* (10.5%), rumah berkembar (10.1%), banglo (7.7%), pangsapuri (4.6%) dan lain-lain (3.6%). Seramai 71% responden kajian tinggal di kawasan kediaman yang terdiri daripada penduduk pelbagai kaum, manakala 29% lagi tinggal dalam kawasan penduduk yang sebangsa dengan responden. Dalam kajian ini, majoriti responden (95.7%) menyedari bahawa adanya iklan-iklan yang bertemakan perpaduan rakyat berbilang kaum di saluran televisyen Malaysia dan sebanyak 75% responden menyatakan mereka pernah menonton iklan kemerdekaan.

Jadual 1: Profil Demografi Responden Terpilih

Ciri Demografi	Peratusan
Umur (n=510)	
15 tahun	21.8
16 -18 tahun	29.6
19 - 25 tahun	48.6
Jantina (n=512)	
Lelaki	45.1
Perempuan	54.9
Bangsa (n=512)	
Melayu	54.9
Bukan Melayu	45.1
Agama (n=511)	
Islam	55.6
Buddha	28.2
Hindu	10.6
Kristian	4.5
Lain-lain	1.2

Jenis kediaman (n=504)	
Banglo	7.7
Rumah berkembar	10.1
Pangsapuri	4.6
Rumah teres	40.3
Flat	10.5
Rumah kampung	23.2
Lain-lain	3.6
Tinggal di kawasan penduduk berbilang kaum (n=511)	
Ya	71.0
Tidak	29.0

Implikasi keterlibatan dengan kempen perpaduan

Tahap implikasi keterlibatan responden dengan kempen perpaduan di televisyen diukur dari segi pemikiran, perasaan dan tingkah laku. Dalam erti kata yang lain, sejauh manakah kempen perpaduan di saluran televisyen ini benar-benar memberi impak kepada responden seperti mana yang diharapkan sehingga mereka dapat meraikan kepelbagaian kaum dalam kehidupan mereka. Tahap implikasi keterlibatan responden dengan kempen perpaduan mengikut kumpulan bangsa (Melayu dan bukan Melayu) diringkaskan dalam Jadual 2.

Analisis mendapati implikasi di tahap pemikiran, perasaan dan tingkah laku belia Melayu adalah lebih tinggi (pemikiran=60.1%; perasaan=61.2%; tingkah laku=36.3%) berbanding bukan Melayu yang hanya menunjukkan di tahap pemikiran (39.4%), perasaan (31.6%) dan tingkah laku (34.2%). Rata-rata implikasi keterlibatan belia Melayu dan bukan Melayu di peringkat pemikiran, perasaan dan tingkah laku dengan kempen perpaduan di saluran televisyen berada pada tahap sederhana. Implikasi keterlibatan dengan kempen perpaduan di saluran televisyen menunjukkan belia bukan Melayu adalah sederhana lebih sedikit di tahap pemikiran (59.3%) dan perasaan (62.3%) berbanding belia Melayu (pemikiran=39.5% dan perasaan=37.0%), sebaliknya implikasi ke atas tingkah laku menunjukkan belia Melayu berada pada tahap sederhana lebih sedikit (59.8%) berbanding belia bukan Melayu (58.4%).

Keseluruhannya, kajian mendapati implikasi keterlibatan belia Melayu dengan mesej perpaduan di saluran televisyen lebih tinggi di peringkat pemikiran dan perasaan berbanding belia bukan Melayu. Manakala implikasi keterlibatan belia dengan kempen perpaduan di tahap tingkah laku menunjukkan belia Melayu dan belia bukan Melayu majoriti pada tahap yang sederhana. Ini memberikan gambaran bahawa kempen perpaduan di saluran televisyen banyak memberi kesan kepada keterlibatan belia di tahap pemikiran dan perasaan sahaja di mana mereka dilihat masih lagi kurang dalam meraikan kepelbagaian kaum di Malaysia.

Jadual 2: Tahap Implikasi Keterlibatan Belia Melayu dan Bukan Melayu dengan Kempen Perpaduan di Saluran TV Malaysia

Tahap Implikasi Keterlibatan	Pemikiran		Perasaan		Tingkah laku	
	Melayu	Bukan Melayu	Melayu	Bukan Melayu	Melayu	Bukan Melayu
	(n=281) (%)	(n=231) (%)	(n=281) (%)	(n=231) (%)	(n=281) (%)	(n=231) (%)
Rendah	0.36	1.3	1.8	6.7	4.6	7.4
Sederhana	39.5	59.3	37.0	62.3	59.8	58.4
Tinggi	60.1	39.4	61.2	31.6	36.3	34.2
	$\lambda = 22.457$ 0.000	$\rho =$	$\lambda = 46.277$ 0.000	$\rho =$	$\lambda = 1.783$ 0.341	$\rho =$

Perbandingan di antara belia Melayu dan bukan Melayu

Jadual 3 menunjukkan terdapat perkaitan yang signifikan di antara implikasi keterlibatan di tahap pemikiran dan perasaan sahaja dengan kempen perpaduan di saluran televisyen di antara belia Melayu dengan belia bukan Melayu. Kajian mendapati implikasi keterlibatan dengan kempen perpaduan di saluran televisyen di tahap pemikiran dalam kumpulan belia Melayu ($M = 2.5979$, $SD = .49842$) adalah lebih tinggi sedikit berbanding kumpulan belia bukan Melayu ($M = 2.3810$, $SD = .51278$). Begitu juga implikasi di tahap perasaan menunjukkan belia Melayu ($M = 2.5943$, $SD = .52696$) lebih tinggi berbanding kumpulan belia bukan Melayu ($M = 2.2554$, $SD = .55923$).

Jadual 3: Perbandingan Tahap Implikasi Keterlibatan dengan Kempen Perpaduan di Saluran TV Malaysia antara Belia Melayu dan Bukan Melayu

Tahap implikasi keterlibatan	Kumpulan Belia	N	Mean	Sd.	t	p
Pemikiran	Melayu	281	2.5979	.49842	4.837	.000
	Bukan Melayu	231	2.3810	.51278		
Perasaan	Melayu	281	2.5943	.52696	7.044	.000
	Bukan Melayu	231	2.2554	.55923		
Tingkah laku	Melayu	281	2.3167	.55681	.953	.341
	Bukan Melayu	231	2.2684	.58740		

RUMUSAN

Secara umumnya, televisyen memainkan peranan penting dalam menyiarkan kempen perpaduan seterusnya mampu menarik minat golongan belia. Namun begitu dalam konteks ini, kajian menunjukkan implikasi keterlibatan kumpulan belia Melayu dan bukan Melayu lebih menjurus ke arah tinggi dari segi pemikiran dan perasaan tetapi sederhana pada tingkah laku. Ini membawa maksud bahawa mereka memahami dan menghayati kempen perpaduan yang disiarkan tetapi kurang dari segi amalan. Pada hal latar belakang responden kajian menunjukkan majoriti menyedari bahawa adanya iklan-iklan yang bertemakan perpaduan rakyat berbilang kaum di saluran televisyen Malaysia dan majoriti responden menyatakan mereka pernah menonton iklan kemerdekaan, namun implikasi keterlibatan tidak begitu mengesani tingkah laku mereka. Mungkin belum pada tahap kritikal, tetapi jika tren ini berterusan negara mungkin akan berhadapan dengan kumpulan belia pelbagai kaum yang pasif dalam menyokong usaha perpaduan di pihak kerajaan. Hal ini mungkin juga berkait rapat dengan sikap selektif kumpulan belia dalam menonton program-program di televisyen. Contohnya dalam satu kajian lain yang dijalankan oleh Samsudin (1994) mendapati apabila menonton televisyen belia lebih suka menonton program hiburan (55 peratus), sukan (46 peratus) dan agama (32 peratus).

Kajian ini juga mendapati jurang perbezaan yang begitu ketara mengenai peratusan implikasi keterlibatan belia Melayu dan belia bukan Melayu dengan kempen perpaduan, di mana pada tahap pemikiran dan perasaan belia Melayu jauh lebih tinggi daripada belia bukan Melayu. Manakala belia bukan Melayu rata-rata mereka hanya di tahap sederhana dari segi pemikiran dan perasaan. Mengapa pula wujud perbezaan yang begitu ketara ini? Walau pun di tahap tingkah laku dapatan kajian menunjukkan peratusan yang hampir sama di antara belia Melayu dan bukan Melayu, tetapi ada tanda-tanda awal menunjukkan belia Melayu lebih bersedia untuk meraikan kepelbagaian kaum berbanding belia bukan Melayu. Justeru jika langkah-langkah yang sesuai tidak diambil negara mungkin akan berhadapan dengan kumpulan belia yang mempunyai masalah dalam kehidupan masyarakat berbilang kaum.

Ringkasnya, media penyiaran mungkin boleh memikirkan strategi bersepadu yang lebih kreatif untuk membentuk citra perpaduan belia pelbagai kaum di Malaysia. Reka bentuk kempen perpaduan di televisyen mungkin boleh dikurangkan daripada hanya memberi tumpuan kepada kempen yang terlalu bersifat maklumat atau *informational* kepada bersifat *infotainment* dan *edutainment* di mana unsur kempen perpaduan digabungkan dengan unsur-unsur hiburan dan pendidikan. Dalam keadaan belia di Malaysia memperuntukkan masa yang begitu lama untuk menonton televisyen, maka kesempatan ini harus diambil peluang dengan sebaik-baiknya oleh pengamal media penyiaran dalam negara. Pada masa yang sama, kumpulan belia pelbagai kaum di Malaysia harus melihat fenomena yang berlaku ke atas generasi mereka dalam konteks ini sebagai kayu ukur sekali gus dapat memikirkan apakah peranan yang mungkin boleh disumbangkan bagi menjayakan agenda perpaduan negara.

RUJUKAN

Bae, H.S. dan Lee, B. 2004. Audience involvement and its antecedents: An analysis of electronic bulletin board messages about an entertainment-education drama on diverse in Korea. *Asian Journal of Communication*, 14(1): 6-21

- Gunter, B. 2000. *Media research method*. Thousand Oaks: Sage Pub.
- Kim, J. Dan Rubin, A. M. 1997. The variable influence of audience activity on media effects. *Communication Research*, 24: 107-135
- Krugman, H. E. 1996. The measurement of advertising involvement. *Public Opinion Quarterly*, 30: 583-596
- Levy, M. R. Dan Windahl, S. 1985. The concept of audience activity. Dalam Rosengren, K. E., Wenner, L.A., dan Palmgreen, P. (Peny.). *Media gratification reserach: Current perspectives* (pg. 109-122). California: Sage Pub.
- Latif, S., Zaharah, H., Nasruddin, Y., Rozita, I., Sharifah Zurina, S.K. & Faizah, M.), Seminar Perpaduan Negara & Integrasi Nasional Peringkat Kebangsaan “Masyarakat Pelbagai Kaum Kunci Kejayaan Malaysia: Bersama Meraikan Kepelbagaian, Jabatan Perpaduan Negara & Integrasi Nasional, Jabatan Perdana Menteri, Pusat Pengajian Umum, UKM dan Pasukan Penyelidik COLLA, UPM, pp. 162-175.
- Malaysia Kita. 2005. Kuala Lumpur: Direct Art Co.
- Mariah Muda dan Zaridah Abdullah. 2005. Memahami keterlibatan audiens wanita pendatang asing Indonesia dengan program-program tv tempatan. Kertas kerja yang dibentangkan di International Conference on Media and Communication: Communication, globalization, and cultural identities. J.W. Marriot Hotel, Putrajaya: 26-28 September
- Md. Salleh, H. 2008. Role of Media in Development: Strategies, Issues & Challenges. *Inaugural Lecture Series*. Penerbit UPM: Malaysia
- Mohamad Zaini, A.B. 2005. Pengukuran Tahap Perpaduan Antara Etnik: Satu Kajian Kes Di Pulau Pinang, Malaysia. In: (Ed. Abdul Latif, S., Zaharah, H., Nasruddin, Y., Rozita, I., Sharifah Zurina, S.K. & Faizah, M.), Seminar Perpaduan Negara & Integrasi Nasional Peringkat Kebangsaan “Masyarakat Pelbagai Kaum Kunci Kejayaan Malaysia: Bersama Meraikan Kepelbagaian, Jabatan Perpaduan Negara & Integrasi Nasional, Jabatan Perdana Menteri, Pusat Pengajian Umum, UKM dan Pasukan Penyelidik COLLA, UPM, pp. 120-136.
- Nazri, M. & Mohamad Sabri, H. 2005. Toleransi dalam Pendidikan Negara. In: (Ed. Abdul
- Perse, E. M. 1990. Media Involvement and local news effects. *Journal of Broabcasting and Electronic Media*, 34: 17-36
- Rubin, A.M. dan Perse, E. M. 1987. Audience activity and soap opera involvement: A uses and gratification approach. *Human Communication Research*, 14:58-84
- Samsudin, A.R. 1994. Tingkah Laku Lepak di Kalangan Remaja. Kuala Lumpur. Kementerian Belia dan Sukan Malaysia.
- Samsudin, A.R. 2001. Media Dan Identiti Budaya: Cabaran Media Terhadap Masyarakat Malaysia di Alaf Ke-21. Kertas kerja yang dibentangkan di Kertas kerja di Simposium Kebangsaan Masyarakat Malaysia - Isu dan Cabaran Abad Ke 21. Universiti Malaya: 22-24 Julai 2001
- Samsudin, A.R. 2007. Generasi Belia: Satu Cetus Pandangan. Institut Penyelidikan Pembangunan Belia Malaysia, Kementerian Belia dan Sukan: Malaysia
- Shamsul Amri, B. 2006. The Construction and Management of Ethnic Relation in Plural Malaysia. In: (Jayum A. Jawan dan Zaid Ahmad (Editor)). *Inter Ethnic Relation in Malaysia: Selected Reading*. Malaysia: UPM Press

Sood, S. 2002. Audience involvement and entertainment-education. *Communication Theory*, 12(2):153-172

Wendy Yee, M.T. Pembangunan Kompetensi Belia sebagai Prediktor untuk Toleransi di kalangan Mahasiswa dan Mahasiswi. Thesis PhD (Tidak diterbitkan), Universiti Putra Malaysia, 2008.

Profil Penulis

Dzuhailmi Dahalan

Pegawai Penyelidik Sosial

Laboratori Pendidikan Komuniti dan Pengajian Belia

Institut Pengajian Sains Sosial

Universiti Putra Malaysia

dzuhailmi@gmail.com

Nobaya Ahmad, PhD

Pensyarah

Jabatan Sains Kemasyarakatan dan Pembangunan

Fakulti Ekologi Manusia

Universiti Putra Malaysia.

nobaya@putra.upm.edu.my

Nor Azliza Wanis Abdullah

Pembantu Penyelidik

Laboratori Pendidikan Komuniti dan Pengajian Belia

Institut Pengajian Sains Sosial (IPSAS)

Universiti Putra Malaysia

taurus_grlz@yahoo.com

Md. Salleh H. Hassan, PhD

Profesor

Jabatan Komunikasi

Fakulti Bahasa Moden dan Komunikasi

Universiti Putra Malaysia

Merangkap

Ketua Pengarah

Institut Pengajian Sains Sosial (IPSAS)

Universiti Putra Malaysia

mdsalleh@putra.upm.edu.my

Jamilah Othman, PhD

Pensyarah

Jabatan Pempajuan Profesional dan Pendidikan Lanjutan

Fakulti Pengajian Pendidikan

Universiti Putra Malaysia

Merangkap

Ketua Laboratori Pengajian Sosial, Ekonomi dan Keamanan

Institut Pengajian Sains Sosial (IPSAS)

Universiti Putra Malaysia

jothman@putra.upm.edu.my

Mariah Muda, PhD

Pensyarah Kanan

Fakulti Komunikasi dan Pengajian Media

Universiti Teknologi MARA.

mariahmuda62@yahoo.com