

Motivasi dan Penggunaan *Facebook*, *Instagram*, *Twitter* dan *TikTok* dalam Kalangan Pelajar Universiti Malaysia Sarawak (UNIMAS)

SITI HASLINA HUSSIN* & NUR HAZWANI ABU BAKAR

Faculty of Language and Communication, Universiti Malaysia Sarawak, 94300 Kota Samarahan, Sarawak, Malaysia

*Corresponding author: hhaslina@unimas.my

ABSTRAK

Kajian ini bertujuan untuk mengenalpasti motivasi dan penggunaan *Facebook*, *Instagram*, *Twitter* dan *TikTok* dalam kalangan pelajar sebuah institusi pengajian tinggi awam di Malaysia. Data untuk kajian deskriptif diperoleh daripada 100 orang pelajar yang mengisi borang soalselidik secara atas talian. Dapatan kajian menunjukkan responden memilih *TikTok* sebagai platform yang paling utama digunakan. Namun, *Twitter* adalah platform yang paling memenuhi motivasi pelajar menggunakan media sosial. Motivasi pelajar untuk menggunakan media sosial ialah dokumentasi sendiri dan ekspresi sendiri adalah tertinggi. Pengaruh daripada pertambahan jumlah pengikut mendorong pengguna untuk mendedahkan dan berkongsi tentang diri mereka kepada pengguna lain. Tidak ramai pelajar dimotivasi oleh konstruk hiburan dan kemudahan untuk menggunakan media sosial. Terdapat perbezaan ketara dalam penggunaan media sosial antara pelajar lelaki dan perempuan. Pelajar lelaki lebih gemar menggunakan *Instagram* berbanding pelajar perempuan yang lebih mengutamakan penggunaan *Facebook* dan *TikTok*. Kebanyakan pelajar menggunakan media sosial melebihi lima jam sehari. Implikasi kajian ini menunjukkan bahawa ciri *Twitter* sebagai microblog boleh digunakan di dalam proses pembelajaran. Pertambahan responden dari pelbagai institusi dan pertambahan media sosial untuk dikaji dicadangkan untuk kajian masa akan datang.

Katakunci: *Facebook*, *Instagram*, *TikTok*, *Twitter*; media sosial, motivasi, penggunaan

Copyright: This is an open access article distributed under the terms of the CC-BY-NC-SA (Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License) which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, for non-commercial purposes, provided the original work of the author(s) is properly cited.

PENGENALAN

Media sosial telah menjadi sebahagian besar kehidupan masyarakat di mana mereka menggunakan pelbagai platform media sosial untuk berhubung dengan keluarga dan rakan, berkongsi maklumat dan berhibur secara meluas setiap hari. Terdapat beberapa jenis media sosial yang menjadi keutamaan kepada pengguna, antaranya *Facebook*, *Instagram*, *Twitter* dan *TikTok*. Penggunaan media sosial sangat meluas dan kini boleh diakses menggunakan pelbagai peranti termasuk telefon pintar. Kemudahan ini mempengaruhi pengguna untuk mencari maklumat dan berinteraksi dengan lebih cepat.

Di Malaysia, pengguna *Facebook* meningkat saban tahun di mana pengguna berusia 13 tahun ke atas menunjukkan peningkatan sebanyak 82.4 peratus berbanding tahun sebelumnya. (Kemp, 2022). Ciri-ciri *Facebook* membenarkan pengguna untuk berkongsi gambar, video, dan penulisan kepada pengguna lain. Di samping itu, cirinya yang membenarkan *live streaming* diminati pengguna terutama untuk tujuan akademik, sosial dan perniagaan.

Twitter adalah platform yang diperkenalkan pada tahun 2006 (Alhabash & Ma, 2017). Platform ini digunakan secara meluas terutamanya dalam menyebarkan berita dan maklumat. Apabila menerima maklumat, pengguna boleh memberi maklum balas terhadap mesej yang disampaikan dengan 'tweet' mesej yang mampu mewujudkan fenomena *trending* dan tular. Namun begitu, tidak seperti *Facebook* dan *Instagram*, *Twitter* hanya membenarkan pengguna menulis mesej tidak melebihi daripada 140 karakter (Maclean et al., 2013). *Twitter* turut memudahkan pengguna menggunakan simbol *hashtag* (#) untuk mencari maklumat atau berita yang mereka kehendaki. *Twitter* dikenali sebagai 'dewan perdebatan' kerana membolehkan pengguna membincangkan sesuatu isu samaada isu tempatan atau antarabangsa. Menurut Kemp (2022), terdapat 4.40 juta pengguna *Twitter* di Malaysia setakat tahun 2022.