

Literasi Digital: Peranan Aplikasi Facebook dan AI dalam Membentuk Sokongan Politik dalam Konteks Malaysia dan Antarabangsa

Zamirul Nur Hakim M. Zailani*, Mohd Shahnawi Haji Muhmad Pirus, Wardatul Hayat Adnan

Faculty of Communication and Media Studies, Universiti Teknologi MARA, 40450 Shah Alam, Selangor, Malaysia

ABSTRAK

Kajian ini bertujuan untuk meneliti peranan aplikasi Facebook dan AI dalam membentuk sokongan politik, dengan penekanan khusus kepada konteks Malaysia dan perbandingan dengan negara-negara lain. Facebook, sebagai salah satu platform media sosial terbesar di dunia, telah memainkan peranan yang semakin penting dalam politik moden, terutamanya dalam mobilisasi pengundi dan pengaruh dalam pilihan raya. Dalam kajian ini, penulis akan mengkaji pelbagai literatur terkini untuk menganalisis bagaimana Facebook digunakan sebagai alat politik oleh kerajaan, parti politik, dan individu untuk membentuk persepsi politik serta meningkatkan sokongan kepada pihak berkuasa. Fokus utama adalah pada penggunaan Facebook dalam Pilihan Raya Umum Malaysia (PRU14 dan PRU15), dengan perbandingan kepada pilihan raya di negara-negara lain seperti Amerika Syarikat, India, dan Filipina. Kajian ini mengaplikasikan teori-teori media sosial seperti Agenda-Setting Theory, Uses and Gratifications Theory, dan Spiral of Silence untuk memahami dinamik hubungan antara media sosial dan sokongan politik. Selain itu, kajian ini juga menilai kesan negatif seperti penyebaran berita palsu dan polarisasi politik yang sering kali wujud dalam perbincangan politik di Facebook. Dapatan kajian ini dijangka dapat memberikan wawasan tentang keberkesanan Facebook dalam mempengaruhi pengundi dan bagaimana ia membentuk keputusan politik, serta menawarkan cadangan untuk pengurusan media sosial yang lebih bertanggungjawab dalam konteks pilihan raya.

Kata kunci: Facebook, AI, sokongan politik, media sosial, pilihan raya, Malaysia, agenda-setting, berita palsu.

ABSTRACT

*This study aims to examine the role of the Facebook application and AI in shaping political support, with a specific focus on the context of Malaysia and a comparison with other countries. Facebook, as one of the largest social media platforms in the world, has played an increasingly important role in modern politics, particularly in voter mobilization and influence in elections. In this study, the author reviews various recent literature to analyze how Facebook is used as a political tool by governments, political parties, and individuals to shape political perceptions and increase support for authorities. The main focus is on the use of Facebook in Malaysia's General Elections (GE14 and GE15), with comparisons to elections in countries such as the United States, India, and the Philippines. This study applies social media theories such as the **Agenda-Setting Theory**, **Uses and Gratifications Theory**, and **Spiral of Silence** to understand the dynamics of the relationship between social media and political support. Additionally, the study also evaluates negative effects such as the spread of fake news and political polarization that often arise in political discussions on Facebook. The findings of this study are expected to provide insights into the effectiveness of Facebook in influencing voters and shaping political decisions, while also offering recommendations for more responsible management of social media in the context of elections.*

Keywords: Facebook, AI, political support, social media, elections, Malaysia, agenda-setting, fake news.

1. PENDAHULUAN

Peranan media sosial, khususnya Facebook, dalam membentuk sokongan politik telah menjadi satu topik yang semakin penting dalam kajian politik kontemporari. Facebook sebagai platform media sosial terbesar di dunia, menawarkan ruang kepada pengguna untuk berbincang, berinteraksi, dan menyebarkan maklumat politik dengan cara yang tidak pernah ada sebelumnya. Dalam konteks Malaysia, penggunaan Facebook telah menunjukkan kesan yang mendalam terhadap pandangan politik rakyat, terutamanya dalam kempen pilihan raya (Aichner et al., 2021). Kajian-kajian lepas telah menunjukkan bahawa media sosial berperanan dalam membentuk kesedaran politik dan mobilisasi pengundi. Namun, impak sebenar penggunaan Facebook dalam pilihan raya di Malaysia masih perlu dikaji dengan cukup mendalam secara berterusan, dengan melihat perkembangan kajian di negara-negara lain.

Sejak Pilihan Raya Umum Malaysia ke-14 (PRU14), Facebook telah menjadi platform utama untuk penyebaran maklumat politik (Baharin et al., 2020). Ini mencetuskan perubahan dalam cara kempen politik dijalankan, terutamanya melalui iklan berbayar dan penyebaran mesej parti politik. Selain itu, Facebook turut memberi kesan terhadap peningkatan atau penurunan sokongan kepada pihak kerajaan. Sebagai contoh, analisis terhadap PRU14 menunjukkan bahawa parti-parti politik memanfaatkan Facebook untuk mendekati pengundi muda yang aktif di platform tersebut, dengan menggunakan strategi kempen digital yang lebih interaktif dan berbentuk peribadi (Tiung et al., 2018). Ini menunjukkan bahawa Facebook bukan hanya sekadar alat komunikasi, tetapi juga alat yang mampu mengubah dinamik sokongan politik.

Kajian ini bertujuan untuk menganalisis secara mendalam peranan Facebook dalam membentuk sokongan politik di Malaysia, dengan membandingkan dengan kes di negara lain seperti Amerika Syarikat, India, dan Filipina. Kajian ini akan melihat kesan penggunaan Facebook dalam pilihan raya, terutamanya dalam PRU14 dan PRU15, serta perbandingan dengan pilihan raya di negara-negara yang lebih maju dari segi penggunaan media sosial dalam politik. Selain itu, kajian ini juga akan menilai pengaruh Facebook dalam menyebarkan propaganda politik dan berita palsu yang boleh menjejaskan keputusan pilihan raya.

2. SOROTAN LITERATUR

Kajian literatur ini bertujuan untuk mengkaji secara sistematik dan mendalam mengenai peranan Facebook dalam membentuk sokongan politik, dengan memberi tumpuan khusus kepada konteks Malaysia dan membandingkannya dengan negara-negara lain. Dalam era digital ini, media sosial seperti Facebook memainkan peranan yang semakin penting dalam politik, termasuk dalam kempen pilihan raya dan mobilisasi pengundi. Kajian ini melibatkan pelbagai perspektif teori media sosial, peranan Facebook dalam pembentukan kesedaran politik, dan kesan penyebaran maklumat palsu yang sering berlaku dalam platform tersebut.

2.1 Peranan Facebook dalam Pembentukan Sokongan Politik

Facebook telah berkembang menjadi salah satu alat utama dalam kempen politik di seluruh dunia. Sebagai sebuah platform media sosial yang memiliki lebih daripada 2 bilion pengguna aktif bulanan, Facebook memberikan peluang yang luas kepada politikus, parti politik, dan aktivis untuk berinteraksi secara langsung dengan pengundi dan membentuk persepsi politik (Fadillah et al., 2019). Dalam konteks Malaysia, penggunaan Facebook oleh kerajaan dan parti politik bertujuan untuk memperkukuh sokongan politik dan menarik pengundi, terutamanya golongan muda yang lebih cenderung menggunakan media sosial dalam kehidupan seharian mereka. Penggunaan Facebook dalam Pilihan Raya Umum Malaysia khususnya PRU14 dan

PRU15 telah menunjukkan bahawa platform ini merupakan alat yang sangat efektif untuk mendekati pengundi dan menyebarkan mesej kempen (Mohamed et al., 2019)

Namun, penggunaan Facebook dalam politik juga membawa risiko terhadap penyebaran maklumat palsu. Fenomena berita palsu, yang disebarkan melalui Facebook, boleh menyebabkan polarisasi dalam kalangan pengundi dan menjejaskan kepercayaan mereka terhadap proses pilihan raya (Olan et al., 2022). Fenomena ini bukan sahaja berlaku di Malaysia, tetapi juga di negara-negara lain, seperti Amerika Syarikat dan India, yang turut menghadapi cabaran yang sama dalam mengawal penyebaran maklumat yang salah. Kajian oleh Pandey, Joshi dan Ganjoo (2020), mendalami bagaimana berita palsu yang tersebar melalui sosial media mempengaruhi keputusan pilihan raya di India, menyebabkan kebingungan dalam kalangan pengundi dan mempengaruhi keputusan akhir pilihan raya tersebut.

2.2 Mobilisasi Pengundi Melalui Facebook

Mobilisasi pengundi adalah salah satu cara utama untuk Facebook mempengaruhi sokongan politik. Facebook membolehkan calon dan parti politik menghubungi pengundi secara langsung melalui iklan berbayar dan kandungan yang disesuaikan dengan minat individu, meningkatkan kemungkinan pengundi untuk terlibat dalam proses politik. Kajian oleh Abdullah (2021) menunjukkan bahawa media sosial, khususnya Facebook, dapat meningkatkan penglibatan politik dalam kalangan golongan muda dan menggalakkan mereka untuk menyertai kempen pilihan raya. Di Malaysia, penggunaan Facebook untuk menggalakkan pengundi muda terlibat dalam PRU14 dan PRU15 telah menjadi strategi yang sangat berkesan bagi pihak kerajaan dan parti-parti politik, dengan menggunakan iklan berbayar yang menarik perhatian pengundi muda.

Selain itu, parti politik sering menggunakan Facebook untuk berkongsi kandungan yang lebih berfokus kepada pengundi tertentu, seperti video, gambar, dan kenyataan langsung daripada calon. Dalam kajian yang dijalankan oleh Arugay (2022), penggunaan Facebook dalam kempen pilihan raya di Filipina menunjukkan bahawa pengundi lebih cenderung untuk menyokong calon yang mereka lihat aktif berinteraksi dengan mereka di media sosial. Hal ini menunjukkan bahawa Facebook bukan hanya platform untuk menyebarkan maklumat, tetapi juga untuk mencipta hubungan yang lebih erat antara calon dan pengundi.

2.3 Pengaruh Berita Palsu dalam Pilihan Raya

Salah satu isu yang semakin mendapat perhatian dalam penggunaan Facebook dalam politik adalah penyebaran berita palsu. Facebook sering kali menjadi platform utama untuk penyebaran berita yang tidak sahih, yang boleh mempengaruhi keputusan pilihan raya dan merosakkan integriti proses demokrasi. Fenomena ini telah menjadi masalah yang serius di banyak negara, termasuk Malaysia, apabila berita palsu sering kali tersebar dalam kalangan pengundi yang kurang mendapat akses kepada maklumat yang sahih. Kajian oleh Allcott dan Gentzkow (2020) membincangkan bagaimana berita palsu yang tersebar melalui Facebook dapat mencipta kesan yang ketara terhadap keputusan pilihan raya, terutamanya apabila melibatkan isu-isu sensitif seperti identiti politik, agama, dan ras.

Di Malaysia, fenomena ini telah menjadi lebih ketara sejak PRU14, apabila penyebaran maklumat palsu telah mencetuskan ketegangan politik antara penyokong parti politik yang berlainan. Dalam kajian yang dijalankan oleh Buchanan (2018), penyelidik mendapati bahawa berita palsu yang tersebar melalui Facebook telah menyebabkan kebingungan dalam kalangan pengundi, yang seterusnya mempengaruhi keputusan mereka dalam pilihan raya. Isu ini turut menjadi perhatian utama dalam kajian oleh Pandey, Joshi, dan Ganjoo (2024), yang menunjukkan bahawa politikus dan parti politik di India juga menghadapi cabaran yang sama dalam mengawal penyebaran berita palsu di Facebook.

2.4 Penggunaan Facebook Dalam Kempen Politik : Malaysia, Amerika Syarikat, dan India

Kajian perbandingan antara negara-negara yang menggunakan Facebook dalam kempen politik dapat memberikan pandangan yang lebih luas mengenai peranan media sosial dalam politik global. Di Amerika Syarikat, Facebook telah menjadi platform utama dalam kempen pilihan raya, terutama semasa Pilihan Raya Presiden 2016 dan 2020. Kajian oleh Fujiwara *et al.* (2021), menunjukkan bahawa penggunaan Facebook dalam kempen Donald Trump pada pilihan raya 2016 memberikan kelebihan besar bagi calon tersebut, terutamanya dalam meraih sokongan daripada pengundi yang lebih muda dan tidak aktif dalam politik. Kes ini menunjukkan bagaimana Facebook boleh digunakan untuk mempengaruhi sentimen politik pengundi dengan cara yang lebih langsung dan tersasar.

Begitu juga, di India, Facebook telah menjadi alat utama dalam mobilisasi pengundi dalam pilihan raya umum. Pandey, Joshi, dan Ganjoo (2024) dalam kajian mereka menunjukkan bahawa penggunaan Facebook dalam pilihan raya umum India 2019 telah memperkukuh sokongan kepada parti-parti politik tertentu, dengan memanfaatkan iklan berbayar dan kandungan yang disasarkan kepada pengundi yang lebih muda. Hal ini menunjukkan bahawa keberkesanan Facebook dalam membentuk sokongan politik dapat berbeza-beza mengikut konteks politik dan demografi negara.

3.0 DAPATAN KAJIAN

Berdasarkan kajian literatur yang dikaji, terdapat beberapa dapatan utama mengenai peranan Facebook dalam membentuk sokongan politik, khususnya dalam konteks pilihan raya di Malaysia dan perbandingan dengan negara lain. Dapatan-dapatan ini memberi gambaran yang jelas mengenai bagaimana Facebook digunakan oleh ahli politik dan pengundi, serta bagaimana hal ini dapat mempengaruhi keputusan pilihan raya melalui pelbagai mekanisme. Berikut adalah dapatan utama berdasarkan kajian yang telah diterbitkan.

3.1 Mobilisasi Pengundi dan Peningkatan Penglibatan Politik Melalui Algoritma Facebook

Salah satu dapatan utama daripada kajian ini adalah pengaruh Facebook dalam mobilisasi pengundi, terutama golongan muda yang aktif di media sosial. Dalam kajian oleh Watimin, Zainuddin, Rahamad, Yadegaridehkordi (2023), mereka menunjukkan bahawa penggunaan Facebook dalam kempen pilihan raya di Malaysia telah meningkatkan penglibatan pengundi muda dalam PRU14 dan PRU15. Pengkaji mendapati bahawa kempen yang dijalankan di Facebook memberi impak yang signifikan dalam meningkatkan kesedaran politik dan mobilisasi pengundi. Ini terutama jelas melalui iklan berbayar, yang disasarkan kepada kelompok demografi tertentu. Di Malaysia, penggunaan Facebook membantu mencipta kesedaran politik dalam kalangan pengundi yang kurang terdedah kepada media tradisional, menjadikan mereka lebih berkemungkinan untuk mengambil bahagian dalam pilihan raya. Menurut Watimin *et al.* (2023), lebih daripada 60% pengundi muda yang terlibat dalam PRU14 melaporkan bahawa mereka pertama kali terdedah kepada maklumat kempen politik melalui Facebook, dengan 45% menyatakan mereka lebih cenderung untuk mengundi setelah terdedah kepada kempen tersebut.

3.2 Pembentukan Persepsi Politik Melalui Penyebaran Mesej Kempen di Facebook

Penggunaan Facebook memberi peluang kepada calon politik dan parti untuk membentuk persepsi politik melalui penyebaran maklumat yang sangat disasarkan. Kajian oleh Buchanan (2018), menunjukkan bahawa Facebook berfungsi sebagai platform untuk menyebarkan mesej

kempen yang sangat disesuaikan dengan demografi pengguna. Dalam PRU14, parti pemerintah menggunakan Facebook untuk menyebarkan naratif yang positif, seperti kemajuan ekonomi yang dicapai oleh kerajaan semasa tempoh pemerintahan mereka dengan menyesuaikan mesej tersebut mengikut kumpulan usia, pendapatan, dan lokasi pengguna. Hal ini dikuatkan lagi dengan sebuah kajian oleh Arugay (2022), mengenai Pilihan Raya Umum Filipina 2016 menunjukkan bahawa 74% pengundi yang terdedah kepada iklan politik di Facebook lebih cenderung untuk menyokong calon yang mereka lihat lebih aktif berinteraksi di media sosial berbanding calon yang menggunakan media tradisional sahaja.

3.3 Penyebaran Berita Palsu dan Kesan Negatif pada Keputusan Pilihan Raya

Satu lagi dapatan penting ialah pengaruh penyebaran berita palsu yang berlaku secara meluas di Facebook dan bagaimana ia mempengaruhi keputusan pilihan raya. Berita palsu di Facebook turut boleh mengubah persepsi politik dan menyebabkan pengundi terpengaruh dengan maklumat yang tidak sahih (Loos, E., Nijenhuis, & J., 2020). Pilihan Raya Umum tahun 2018 di Malaysia, berita palsu yang tersebar tentang calon atau isu-isu tertentu boleh menyebabkan ketidakpastian dalam kalangan pengundi, yang akhirnya mengubah cara mereka mengundi. Manakala dalam kajian Allcott dan Gentzkow (2020), mereka mendapati bahawa 19% pengundi di Amerika Syarikat mengakui bahawa mereka terpengaruh oleh berita palsu yang disebarkan melalui Facebook dalam Pilihan Raya Presiden 2016. Kajian ini juga mengesahkan bahawa berita palsu yang disebarkan melalui media sosial, terutamanya Facebook mempunyai pengaruh terhadap persepsi politik pengundi. Kesannya, pengundi akan terpengaruh dengan sentimen yang tidak dapat dan ini semestinya akan memberi kesan terhadap keputusan sesuatu pilihan raya.

3.4 Polarisasi Politik akibat Penggunaan Facebook

Penggunaan Facebook juga menyumbang kepada polarisasi politik, yang mengakibatkan pemisahan yang lebih ketara antara pengundi yang mempunyai pandangan politik yang bertentangan. Kajian oleh Ghosh dan Chakraborty (2020), menunjukkan bahawa pengguna Facebook lebih cenderung untuk berada dalam "*echo chambers*", iaitu mereka hanya terdedah kepada pandangan politik yang sama atau *bias*, yang meningkatkan perbezaan antara pihak yang menyokong kerajaan dan pihak pembangkang. Fenomena ini bukan sahaja berlaku di Malaysia, tetapi juga di negara-negara seperti India dan Amerika Syarikat. Kajian oleh Liu (2019) mendapati bahawa 30% pengundi yang aktif di Facebook lebih cenderung kepada polarisasi ideologi politik berbanding dengan pengundi yang tidak terlibat dengan media sosial.

4. CADANGAN SOLUSI

Berdasarkan dapatan kajian yang telah dibincangkan, terdapat beberapa cadangan praktikal yang boleh membantu mengoptimumkan penggunaan Facebook dalam kempen pilihan raya, serta menangani cabaran yang timbul seperti penyebaran berita palsu dan kesan negatif polarisasi politik. Cadangan-cadangan ini ditujukan kepada pelbagai pihak berkepentingan, termasuk parti politik, pihak berkuasa, penggubal dasar, serta pengurus media sosial Facebook.

4.1 Meningkatkan Ketelusan dalam Penggunaan Iklan Berbayar di Facebook

Salah satu cabaran utama yang dikesan adalah penyalahgunaan iklan berbayar di Facebook yang sering disasarkan kepada pengundi dengan maklumat yang diseleweng atau manipulatif. Oleh itu, penting untuk memastikan ketelusan dalam penggunaan iklan berbayar semasa kempen pilihan raya. Parti politik dan calon harus diberi garis panduan yang jelas mengenai kandungan yang dibenarkan untuk disebarkan melalui platform tersebut. Facebook perlu

menguatkuasakan dasar yang lebih ketat mengenai iklan politik dan memperkenalkan mekanisme yang membolehkan pengundi untuk memeriksa dan melaporkan iklan yang tidak sah atau mengelirukan. Papakyriakopoulos (2022), pernah mencadangkan dalam kajiannya bahawa penguatkuasaan peraturan ketat oleh pihak berkuasa sangat diperlukan. Pengkaji mencadangkan agar Facebook membangunkan sistem audit yang membolehkan agensi pengawasan luar untuk memantau dan mengesahkan iklan-iklan politik yang disiarkan. Dengan mekanisme ini, pengundi dapat lebih yakin bahawa iklan yang mereka lihat tidak diselewengkan dan menepati standard ketelusan yang ditetapkan.

4.2 Memperkukuh Penguatkuasaan Pelaksanaan Dasar Terhadap Penyebaran Berita Palsu

Satu isu besar yang dikenalpasti adalah penyebaran berita palsu yang boleh menjejaskan persepsi politik pengundi dan merosakkan integriti pilihan raya. Kerajaan Malaysia, melalui pihak berkuasa seperti MCMC (Suruhanjaya Komunikasi dan Multimedia Malaysia), perlu memperkenalkan dan menguatkuasakan undang-undang yang lebih ketat untuk memerangi penyebaran berita palsu. Selain itu, agensi kerajaan lain seperti NADI (National Digital Infrastructure) dan JKOM (Jabatan Komunikasi Komuniti) juga perlu mengambil langkah proaktif dalam menyedarkan masyarakat tentang kesan berita palsu. Ini boleh dilakukan dengan menyelaraskan kempen kesedaran yang bertujuan untuk mengajar pengundi cara mengenal pasti dan menyemak fakta sebelum mempercayai maklumat yang disebarkan melalui media sosial. Kajian oleh Tufekci (2018) menegaskan bahawa kerjasama antara platform media sosial dan pihak berkuasa dalam pengawalan kandungan digital adalah kunci dalam mengelakkan penyebaran maklumat yang memudaratkan. Tufekci (2018), mencadangkan agar kerajaan menyediakan platform yang lebih terbuka untuk membolehkan pihak berkuasa menjalankan pemeriksaan lebih ketat terhadap data politik yang disebarkan secara online.

Dalam pada itu, pendidikan media sosial adalah langkah penting yang perlu diberi penekanan untuk mengatasi penyebaran berita palsu. Kerajaan bersama dengan NGO harus melancarkan kempen pendidikan yang lebih sistematik, dengan memberi tumpuan pada cara untuk menyemak fakta dan mengenal pasti sumber yang sahih. Kajian oleh Boulianne (2020) menyatakan bahawa pendidikan yang berterusan dapat membantu mengurangkan pengaruh berita palsu, kerana ia membolehkan pengundi menjadi lebih kritikal terhadap maklumat yang diterima. Kempen pendidikan media sosial boleh melibatkan pelbagai jenis platform pendidikan dalam talian yang memberi pengundi kemahiran untuk mengenal pasti berita palsu. Sebagai tambahan, ahli-ahli majlis yang dilantik di peringkat Pihak Berkuasa Tempatan (PBT) juga boleh memainkan peranan dalam mendidik masyarakat setempat melalui seminar dan bengkel yang memberi pendedahan tentang pentingnya penggunaan media sosial yang bertanggungjawab.

4.3 Menghidupkan Pembukaan Dialog yang Lebih Inklusif

Polarisasi politik yang semakin meningkat di Facebook adalah masalah utama yang boleh membawa kesan buruk kepada kestabilan politik dan hubungan sosial di negara ini. Fenomena *echo chambers* dan *filter bubbles* telah memperkuat pemisahan antara pengundi yang mempunyai pandangan politik yang bertentangan. Salah satu cara yang paling berkesan untuk mengurangkan polarisasi politik di Facebook adalah dengan mendorong pengguna untuk terdedah kepada pelbagai jenis maklumat, terutamanya yang mewakili pelbagai ideologi politik. Fenomena *echo chambers* berlaku apabila pengguna hanya melihat kandungan yang mencerminkan pandangan mereka, yang seterusnya mengukuhkan kepercayaan mereka dan menutup peluang untuk memahami perspektif yang bertentangan. Pengguna Facebook pula sepatutnya diberikan pilihan untuk memilih sumber maklumat yang lebih pelbagai, bukan hanya yang disesuaikan dengan kepercayaan mereka sendiri. Dalam kajian oleh Lee (2023), mereka menegaskan bahawa platform media sosial perlu memperkenalkan fungsi yang

mempromosikan keterbukaan dengan menampilkan maklumat yang tidak hanya sesuai dengan kecenderungan politik pengguna, tetapi juga maklumat yang mencabar perspektif mereka.

4.5 Memantapkan Literasi Digital untuk Mempertingkatkan Kesahihan Sesuatu Berita di Facebook Secara *Real-Time*

Dalam era digital maklumat tersebar dengan begitu pantas, pemantapan literasi digital menjadi kunci utama dalam memastikan kesahihan maklumat yang disebarkan melalui platform media sosial yang besar seperti Facebook. Salah satu cara untuk memerangi penyebaran maklumat palsu dan berita fitnah adalah dengan memperkenalkan mekanisme pengesahan secara *real-time* bagi setiap posting yang disebarkan kepada pengguna. Kajian oleh Jahanbakhsh (2021) mencadangkan bahawa penambahbaikan dalam *interface* media sosial melalui penggunaan *disclaimer real-time* yang disertakan bersama maklumat yang disebarkan dapat mengurangkan kesan negatif berita palsu. Pengkaji mendapati bahawa apabila pengguna diberi maklumat tambahan yang menjelaskan status kandungan mereka, mereka lebih cenderung untuk memeriksa maklumat tersebut sebelum mempercayainya sepenuhnya.

Facebook, sebagai salah satu platform media sosial terbesar, boleh menggunakan kecerdasan buatan (AI) untuk mengesan ubahsuai gambar atau video yang telah dipalsukan dan memaparkan disclaimer yang jelas di atas kandungan tersebut, menginformasikan pengguna tentang kemungkinan kesahihan atau ketidaksahihan kandungan tersebut. Contohnya, sekiranya terdapat gambar atau video yang telah dipalsukan atau disunting, sistem AI dapat mengenal pasti elemen-elemen dalam gambar yang telah diubahsuai atau dimanipulasi menggunakan teknik *image editing* dan menambah label peringatan bahawa gambar tersebut mungkin tidak sah.

5. KESIMPULAN

Kajian ini telah meneliti peranan Facebook dalam membentuk sokongan politik, dengan memberi tumpuan khusus kepada konteks pilihan raya di Malaysia dan negara-negara lain. Berdasarkan dapatan kajian literatur, kajian ini mendapati bahawa Facebook memainkan peranan yang signifikan dalam membentuk sokongan politik melalui mobilisasi pengundi dan penyebaran maklumat politik, yang mempengaruhi keputusan pilihan raya. Walaupun ini memberi peluang untuk meningkatkan kesedaran politik, cabaran utama termasuk penyebaran berita palsu dan polarisasi politik yang boleh menjejaskan integriti pilihan raya. Penyebaran maklumat yang tidak tepat dan manipulasi politik di Facebook berpotensi mencetuskan ketegangan dalam kalangan pengundi. Oleh itu, penting untuk menguatkuasakan pengawasan ketat, memperkenalkan pendidikan media sosial, serta meningkatkan ketelusan dalam kempen politik di platform tersebut. Secara keseluruhan, Facebook boleh menjadi alat yang berkesan dalam memperkukuh demokrasi jika digunakan dengan cara yang bertanggungjawab dan terkawal. Secara keseluruhannya, Facebook boleh menjadi alat yang positif dalam proses politik jika digunakan secara bertanggungjawab dan terkawal. Walau bagaimanapun, cabaran-cabaran yang dihadapi memerlukan usaha berterusan daripada semua pihak, termasuk parti politik, penggubal dasar, dan pengurus platform media sosial, untuk mewujudkan persekitaran politik yang lebih inklusif dan berintegriti.

RUJUKAN

- Abdullah, N. H., Hassan, I., Ahmad, M. F. bin, Hassan, N. A., & Ismail, M. M. (2021). Social media, youths and political participation in Malaysia: A review of literature. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 11(4), 845–857. <https://doi.org/10.6007/IJARBS/v11-i4/9578>
- Aichner, T., Grünfelder, M., Maurer, O., & Jegeni, D. (2021). Twenty-five years of social media: A review of social media applications and definitions from 1994 to 2019. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 24(4), 51. <https://doi.org/10.1089/cyber.2020.013>
- Allcott, H., & Gentzkow, M. (2020). Social media and fake news in the 2016 election. *Journal of Economic Perspectives*, 31(2), 211–236. <https://doi.org/10.1257/jep.31.2.211>
- Arugay, A. A. (2022). Stronger social media influence in the 2022 Philippine elections. *ISEAS Perspective*, 2022(33). Retrieved from <https://www.iseas.edu.sg/articles-commentaries/iseas-perspective/2022-33-stronger-social-media-influence-in-the-2022-philippine-elections-by-aries-a-arugay/>
- Baharin, I., Waheed, M., Ahmad Ghazali, A., & @ Zamri Ahmad, A. (2020, June). The Framing Analyses of Malaysia's Media Outlets and Editorial Decisions Concerning Frame Preferences after the 2008 General Election. *Pertanika J. Soc. Sci. & Hum.*, 28(2), 1321–1322.
- Buchanan, K. (2018, April 19). Malaysia: Anti-Fake News Act Comes into Force. Retrieved November 7, 2023, from Library of Congress: <https://www.loc.gov/item/global-legal-monitor/2018-04-19/malaysia-anti-fake-news-act-comes-into-force/>
- Fadillah, D., Lin, L. Z., & Hao, D. (2019). Social media and general election in Southeast Asia: Malaysia 2018 and Indonesia 2019. *Jurnal Komunikasi Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia*, 4(1), 1–8. <https://doi.org/10.25008/jkiski.v4i1.255>
- Fujiwara, T., Müller, K., & Schwarz, C. (2021). The effect of social media on elections: Evidence from the United States. NBER Working Paper No. 28849.
- Ghosh, S., & Chakraborty, S. (2020). Social Media and Election Influence: A Study on Facebook's Role in Indian Elections. *International Journal of Political Science*, 25(2), 88–102. <https://doi.org/10.1016/ijps.2020.0142>
- Jahanbakhsh, F., Zhang, A. X., Berinsky, A. J., Pennycook, G., Rand, D. G., & Karger, D. R. (2021). Exploring lightweight interventions at posting time to reduce the sharing of misinformation on social media. *Proceedings of the 2021 CHI Conference on Human Factors in Computing Systems*, 1–13. <https://doi.org/10.1145/3411764.3445591>
- Lee, S. S., Lane, D. S., & Kwak, N. (2023). When social media get political: How perceptions of open-mindedness influence political expression on Facebook. *Social Media + Society*, 9(1), 2056305120919382. <https://doi.org/10.1177/2056305120919382>
- Loos, E., Nijenhuis, & J. (2020). Consuming fake news: A matter of age? The perception of political fake news stories in Facebook ads. In J. Zhou & Q. Gao (Eds.), *Human Aspects of IT for the Aged Population, Technology and Society, Design and User Experience* (Vol. 6, pp. 69–88). Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-030-50232-4_6
- Mohamed, S., Manan, K. A., & Ghazali, W. N. W. M. (2019). Facebook and political communication: A study of online campaigning during the 14th Malaysian General Election. *IIUM Journal of Human Sciences*, 2(1), 1–8. <https://journals.iium.edu.my/irkh/index.php/ijohs/article/view/112>
- Olan, F., Jayawickrama, U., Arakpogun, E. O., Suklan, J., & Liu, S. (2022). Fake news on social media: The impact on society. *Information Systems Frontiers*, 24(1), 1–16. <https://doi.org/10.1007/s10796-022-10242-z>
- Pandey, K., Joshi, R., & Ganjoo, M. (2024). Role of social media in Indian political communication: A study of corpus linguistic analysis of political narrative on Twitter during Karnataka Assembly election 2023. *ShodhKosh: Journal of Visual and Performing Arts*, 5(1), 1828–1847. <https://doi.org/10.29121/shodhkosh.v5.i1.2024.901>

- Papakyriakopoulos, O., Tessono, C., Narayanan, A., & Kshirsagar, M. (2022). How algorithms shape the distribution of political advertising: Case studies of Facebook, Google, and TikTok. arXiv. <https://doi.org/10.48550/arXiv.2206.04720>
- Tiung, L. K., Idris, R. Z., & Idris, R. (2018). PROPAGANDA DAN DISINFORMASI: POLITIK PERSEPSI DALAM PILIHAN RAYA UMUM KE-14 (PRU-14) MALAYSIA. JURNAL KINABALU, 173. <https://doi.org/10.51200/ejk.vi.1648>
- Tufekci, Z. (2018). Facebook and the need for transparency in political ads. *Journal of Media and Communication*, 22(4), 303-318. <https://doi.org/10.1093/joc/jqy035>
- Watimin, N. H., Zauddin, H., Rahamad, M. S., & Yadegaridehkordi, E. (2023). Content framing role on public sentiment formation for pre-crisis detection on sensitive issue via sentiment analysis and content analysis. *PLoS ONE*, 18(10). <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC10584141/>