

OLEH NOORDIN ZAKARIA

Budaya Laman Sosial Kian Terbuka

Kewujudan pelbagai laman sosial di internet, seperti Facebook, Twitter, MySpace, Friendster, LinkedIn, dan Tagged ternyata mencekutkan fenomena baharu kepada dunia. Fenomena ini turut mencekutkan dimensi budaya baharu kepada komuniti sejagat. Di Malaysia, kajian beberapa tahun belakangan ini menghasilkan dapatan baharu bahawa rakyat negara ini bukan sahaja lebih suka beraktiviti sosial di internet, malahan menjalinkan hubungan dengan teman baharu yang dikenali melalui laman sosial tertentu seperti Facebook.

Hasil tinjauan peringkat global pada tahun lalu mendapati rakyat Malaysia muncul sebagai golongan paling popular di internet, manakala rakyat Jepun paling sedikit. Hasil kajian tersebut sekali gus mencerminkan budaya sesebuah negara menerusi perilaku dalam talian.

Kajian budaya hidup digital tersebut dijalankan oleh syarikat penyelidikan TNS Global yang mempunyai pejabat di kebanyakan negara di dunia. Daripada kajian



tersebut, Malaysia menjuarai "pertandingan" populariti internet dengan purata 233 teman di rangkaian sosial mereka berbanding dengan hanya 68 teman bagi rakyat China dan 29 teman bagi pengguna internet di Jepun.

Dapatan kajian tersebut bukan sesuatu yang mengejutkan. Hal ini demikian kerana latar kepelbagaian budaya dan tradisi rumah terbuka sepanjang tahun telah menghasilkan interaksi sosial serta budaya secara bersilang, sekali gus menjadikan rakyatnya lebih bersikap terbuka untuk membina kenalan baharu. Walau bagaimanapun, hal ini unik dan menarik untuk diperhatikan.

Rakyat Malaysia diandaikan lebih bersedia dan berani membina kenalan di internet walaupun di luar talian. Komuniti ini sering dikaitkan dengan sifat pemalu dan tidak terbuka.

Ternyata laman sosial memberikan impak di kaitan khusus terhadap budaya bangsa. Dari sudut sejarah, laman sosial di internet bermula seawal tahun 1970-an menerusi kemunculan American Online dan CompuServe.

Pada peringkat awal, kemunculannya hanya menawarkan perkhidmatan sembang menggunakan teks tanpa foto atau imej dan video. Laman sosial menjadi semakin popular sekitar tahun 1980-an apabila berupaya berkongsi fail mengandungi teks dan imej. Bermula pada tahun 2002, laman sosial Friendster berjaya menarik lebih tiga juta pengguna hanya dalam masa satu tahun. Hal ini mencekutkan minat mendalam dalam kalangan pihak tertentu untuk melabur dalam pembikinan laman sosial, dan seterusnya

Rakyat Malaysia diandaikan lebih bersedia dan berani membina kenalan di internet walaupun di luar talian.



mencetuskan kewujudan pelbagai laman sosial lain, termasuk Facebook.

Facebook yang diasaskan oleh Mark Zuckerberg pada tahun 2004 merupakan laman sosial paling popular bagi rakyat Malaysia. Semakan di Alexa.com pada 5 Oktober 2012 mendapati Facebook menduduki tangga pertama, diikuti oleh Google dan Youtube. Alexa.com merupakan laman sesawang yang digunakan di seluruh dunia oleh pelbagai organisasi bagi menilai kedudukan dan populariti sesebuah laman sesawang.

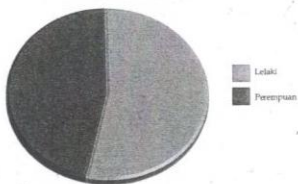
Data yang disimpan pada Checkfacebook.com pada 5 Oktober 2012 pula menunjukkan 13, 063, 580 orang penduduk Malaysia yang menggunakan Facebook. Sebahagian besarnya berusia antara 18 tahun dan 34 tahun (lihat gambar rajah di bawah). Checkfacebook.com

Jumlah pengguna Facebook di Malaysia mengikut umur.

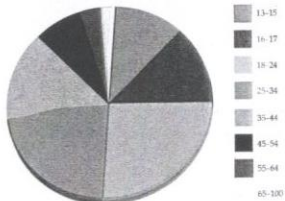
Malaysia

Jumlah Pengguna: 13,063,580
Peratus Pengguna Global: 77.29%

Malaysia Lelaki/Perempuan



Malaysia Taburan Mengikut Umur



merupakan laman sesawang yang sering menjadi rujukan untuk melihat apa-apa juga perangkaan dan perkembangan mengenai Facebook.

Data pada tahun lalu menunjukkan jumlah pengguna Facebook. Jika berdasarkan peratus penduduk keseluruhan, Malaysia menduduki tangga ketujuh selepas Kanada, Amerika Syarikat, United Kingdom, Chile, Australia, dan Turki, iaitu kira-kira 35.6 peratus. Hal ini merupakan angka yang unik bagi sebuah negara membangun, seperti Malaysia.

Facebook memang merupakan fenomena. Sehingga 5 Oktober 2012, jumlah pengguna aktif Facebook setiap bulan di seluruh dunia ialah satu bilion. Hal ini bukan angka kecil bagi satu laman sesawang. Facebook mengalahkan semua pesaingnya, seperti Twitter, MySpace, Friendster, LinkedIn, dan Tagged. Malahan jika Facebook disamakan sebagai sebuah negara, jumlah populasinya kini adalah yang ketiga selepas China dan India.

Walaupun secara umumnya Facebook berjaya menjadi tempat lepak maya rasmi bagi golongan remaja dan belia, statistik menunjukkan media ini juga digemari oleh golongan berumur. Satu daripada kumpulan usia pengguna Facebook paling pantas berkembang ialah wanita yang berusia 55 tahun ke atas.

Keupayaan laman sosial Facebook dalam menghasilkan interaksi antara kepelbagaian budaya turut diakui dalam kalangan ahli akademik yang pernah membuat kajian berkaitan. Antaranya termasuklah Michael-Lee Johnstone (Victoria University, New Zealand), Sarah Todd (The University of Otago, New Zealand), dan Adeline Phaik Harn Chua (The University of Otago, New Zealand).

Dalam kajian pada tahun 2010 bertajuk, "Facebook: Membentuk

Hubungan Sosial", antara lain mereka merumuskan Facebook membolehkan interaksi sosial bukan sahaja di dalam talian, tetapi juga di luar talian berlaku.

Pada peringkat tempatan, kajian oleh Mohd Zuwairi Mat Saad, Pusat Pengajian Media dan Komunikasi, Universiti Kebangsaan Malaysia (UKM) pada tahun 2010 bertajuk, "Peranan Facebook dalam Memupuk Hubungan Interaksi Antara Budaya", merumuskan bahawa laman sosial berjaya membentuk komunikasi antara budaya secara lebih cepat.

Beberapa dapatan kajian, termasuk oleh TNS Global memperlihatkan bahawa kewujudan pelbagai laman sosial, terutama Facebook, semakin memudahkan seseorang mencari rakan sebang dan berkongsi maklumat walaupun sesetengah rakan maya terbabit tidak begitu dikenali.

Yang sebenarnya banyak kajian sudah dijalankan oleh pelbagai pihak di serata dunia berhubung aktiviti sosial di internet. Kebanyakan kajian berkenaan dijalankan bertujuan mendapatkan maklumat baharu berhubung gelagat pengguna di internet. Hal ini mustahak kepada kumpulan atau organisasi yang terbabit dengan pemasaran produk dan perkhidmatan di serata dunia.

Dalam konteks Malaysia, terdapat kajian yang mungkin mengejutkan sesetengah pihak. Kajian berkenaan dijalankan oleh Nokia Malaysia, Singapura, dan Brunei pada tahun 2010.

Dapatan kajian tersebut menunjukkan rakyat negara ini mempunyai rangkaian sahabat dalam talian yang terbesar di dunia dengan purata 233 rakan dimiliki dari pelbagai laman sosial. Seperti yang dilaporkan dalam *Harian Metro* pada 20 Oktober 2010, "Rakyat Kita Gemar Laman

Facebook



Facebook yang diasaskan oleh Mark Zuckerberg pada tahun 2004 merupakan laman sosial paling popular bagi rakyat Malaysia.

Sosial”, Ketua Pemasaran Nokia Malaysia, Singapura, dan Brunei, Antony Wilson, berkata kajian yang diperoleh pada 10 Oktober 2010 menunjukkan rakyat Malaysia gemar bersosial menerusi laman sosial, seperti Facebook dan Twitter. “Kami turut mendapati kebanyakan rakyat negara ini (Malaysia) memperuntukkan masa kira-kira sembilan jam seminggu untuk melayari laman sosial,” katanya.

“Secara tidak langsung hal ini mempengaruhi penggunaan telefon bimbit memandangkan keperluan menikmati tatapan laman sosial dengan pantas di atas tapak tangan. Kajian menunjukkan satu perempat pengguna Facebook mengemas kini status mereka menerusi telefon bimbit manakala laman Twitter menyaksikan 37 peratus pengemaskinian status turut dilakukan menggunakan peranti yang sama,” ujarnya lagi.

Kecenderungan rakyat Malaysia dalam aktiviti sosial dalam talian dengan sikap yang lebih terbuka dan berani turut disokong oleh dapatan kajian TNS Global. Menurut Ketua Amalan Digital dan Teknologi TNS Global, James Fergusson, kajian firmanya menunjukkan bahawa setiap

negara mempunyai “DNA digital” yang unik dan “DNA Digital” rakyat Malaysia mempunyai pola yang tersendiri.

Apakah yang mendorong perbezaan kecenderungan rakyat Malaysia berbanding rakyat negara lain terhadap laman sosial? Kajian, oleh firma Nielsen Media Research (Nielsen) merumuskan bahawa kecenderungan sesuatu bangsa atau negara terhadap laman sosial bergantung kepada keserasian dengan budaya bangsa dan negara itu sendiri.

Pengarah Digital, Bahagian Dalam Talian Nielsen, Mark Higginson, berkata kajian pihaknya mendapati cara rakyat sebuah negara menggunakan media sosial dipengaruhi oleh ciri kenegaraan masing-masing. Hal ini ada kaitan dengan “reaksi keterbukaan” rakyat Asia Tenggara, seperti Malaysia, Filipina, dan Indonesia berbanding dengan rakyat negara Asia Timur seperti China, Jepun, dan Korea Selatan yang lebih konservatif.

“Jepun ialah pengguna besar media sosial, cuma mereka hanya tidak begitu serasi dengan Facebook manakala penggunaan platform Twitter baharu saja hendak dibiasakan. Blog juga popular di Jepun. Namun, pengisiannya lebih

kepada catatan peribadi dan bukan perbincangan terbuka. Jadi, saya fikir ia sesuai dengan budaya Jepun yang berkonsep pengenalan wajah dan profil yang tersusun,” jelas Higginson.

“Sementara itu, rakyat Korea lebih suka portal tempatan yang memaparkan forum perbincangan, manakala di China aktiviti paling popular ialah permainan sosial dalam talian. Penerimaan media sosial sangat meluas dan pelbagai. Daripada pemerhatian di negara Asia Pasifik, kami menemukan maklumat yang berbeza dan menakjubkan,” tambah Higginson.

Higginson merumuskan bahawa “satu acuan” tidak sesuai untuk digunakan di semua kawasan seperti Asia Pasifik. Hal ini dibezakan oleh budaya dan reaksi keterbukaan sesebuah bangsa itu sendiri.

Berdasarkan semua dapatan kajian berkenaan, ternyata budaya rakyat Malaysia yang dicerminkan menerusi perilaku dalam talian menggambarkan sikap mereka yang lebih terbuka dalam melakukan interaksi sosial di internet berbanding dengan rakyat beberapa negara lain. Hal ini adalah ciri unik yang dinampakkan oleh rakyat Malaysia menerusi budaya laman sosial. 