

## **PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL DAN HUBUNGAN TINGKAH LAKU YANG DIRANCANG TERHADAP PEMILIHAN KE INSTITUSI PENGAJIAN TINGGI**

**Mohd Sufiean Hassan, Noor Jeffri Abdul Wahab, Norli Yusuf,  
Siti Nurshahidah Sah Allam, Maizura Manshor & Dr. Abdul Rauf Hj.  
Ridzuan**

sufiean@kuim.edu.my

Kolej Universiti Islam Melaka & Universiti Teknologi MARA, Melaka

### **ABSTRAK**

Peningkatan pemilihan pelajar masuk ke Institusi Pengajian Tinggi (IPT) adalah selaras dengan hasrat kerajaan untuk melahirkan ramai golongan berpendidikan tinggi menjelang 2020. Oleh itu, wujud strategi pemasaran ke IPT bagi meningkatkan pemilihan pelajar ke IPT melalui penggunaan media sosial, di mana medium ini menawarkan ciri-ciri interaktif dan multimedia untuk mendekati audien sasaran. Justeru itu, kajian ini mengkaji kesan media sosial terhadap pemilihan ke IPT dari perspektif Teori Tingkahlaku Dirancang (TTD) melalui survei ke atas 407 pelajar IPT. Hasil kajian mendapati wujud hubungan signifikan antara konstruk TTD seperti niat tingkah laku, norma subjektif dan faktor kawalan tingkah laku dengan pemilihan ke IPT, namun dengan kekuatan sederhana. Kajian ini menyumbang kepada idea baharu faktor pemilihan ke IPT. Selain faktor ekonomi keluarga dan perolehan maklumat dari media sosial, sokongan sosial daripada netizen juga memberi impak kepada tindakan pemilihan ke IPT.

**Kata kunci:** media sosial, Institusi Pengajian Tinggi (IPT), faktor pemilihan ke IPT

*Penggunaan Media Sosial Dan Hubungan Tingkah Laku Yang Dirancang Terhadap Pemilihan Ke Institusi Pengajian Tinggi*  
Mohd Sufiean Hassan, Noor Jeffri Abdul Wahab, Norli Yusuf, Siti Nurshahidah Sah Allam, Maizura Manshor & Dr. Abdul Rauf Hj. Ridzuan

## ***SOCIAL MEDIA USE AND RELATED LARGERS RELATED PLAN TO SELECTION TO HIGH STUDIES INSTITUTIONS***

*The increase in student selection to Higher Education Institutions (HEI) is in line with the government's desire to produce many highly educated people by 2020. Thus, there is a marketing strategy to HEI to increase student selection to HEI through the use of social media, in which the medium offers features interactive and multimedia features to reach target audiences. Hence, this study examines the impact of social media on selecting HEI from the perspective of theory of planned behaviour (TPB) through a survey of 407 HEI students. The findings show that there are significant relationships between TPB constructs such as behavioral intentions, subjective norms and behavioral control factors with the selection to HEI, but with moderate strength. This study contributes to the idea of new selection factors to HEIs. In addition to family economic factors and information retrieval from social media, social support from netizen also has an impact on election action to HEI.*

**Keywords:** *social media, Higher Education Institutions (HEI), factor selection to HEI*

### **PENGENALAN**

Peningkatan pemilihan ke IPT pelajar ke Institusi Pengajian Tinggi (IPT) adalah selaras dengan dasar kerajaan untuk merealisasikan Bidang Keberhasilan Utama Kementerian (NKRA) iaitu meningkatkan akses dan ekuiti dalam pendidikan pengajian tinggi kepada rakyat. Hasrat ini disahut oleh IPT seluruh negara bagi menyokong agenda nasional. Oleh itu, wujud strategi pemasaran di antara IPT bagi meningkatkan pemilihan ke IPT pelajar ke IPT. Menurut Nurzatil Ismah Azizan (2015), antara faktor pemilihan ke IPT di kalangan pelajar adalah sebaran maklumat dan strategi pemasaran IPT, di mana calon pelajar cenderung memilih IPT yang memberi sumber maklumat yang tepat dan promosi yang dilaksanakan mampu menarik minat pelajar untuk melanjutkan pengajian.

Pelbagai faktor mempengaruhi tindakan individu terutama keputusan pemilihan ke IPT, antaranya niat tingkah laku merujuk kepada rangsangan motivasi individu melanjutkan pelajaran ke IPT (Juceviciene, 2014). Seterusnya, mendapatkan cadangan daripada keluarga, guru dan rakan-rakan yang merujuk kepada nilai norma subjektif, di mana pematuhan individu terhadap cadangan, nasihat dan kritikan yang diberikan oleh kelompok rujukan (Mahyarni, 2013). Setelah cadangan oleh kelompok rujukan diterima oleh individu, maka kawalan tingkah laku merujuk kepada daya atau peluang untuk mengekspresi niat, iaitu mencari maklumat IPT (Ha, 1998). Namun, sejauh mana niat tingkah laku, norma subjektif dan kawalan tingkah laku signifikan dengan tindakan individu jika ianya dipengaruhi oleh penggunaan media sosial.

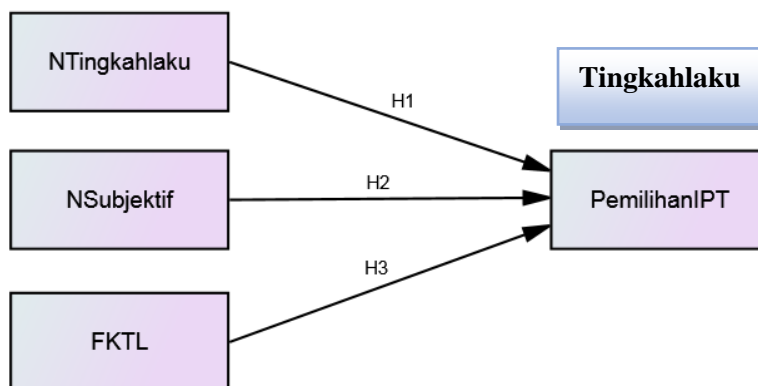
Justeru itu, kajian ini dilaksanakan untuk menguji hubungan Teori Tingkahlaku Dirancang (TTD) dengan pemilihan ke IPT. Kajian dijalankan ke atas 407 pelajar IPT melalui kaedah survei. Kajian ini fokus dalam mengkaji korelasi antara konstruk TTD seperti niat tingkah laku, norma subjektif dan faktor kawalan tingkahlaku dengan pemilihan ke IPT media sosial di kalangan calon pelajar lepasan SPM, STPM, Matrikulasi, Diploma dan sealiran dengannya.

## **PERSPEKTIF TEORI TINGKAHLAKU DIRANCANG (TTD) DENGAN PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL TERHADAP PEMILIHAN KE IPT KE IPT**

Kajian awal Teori Tingkahlaku Dirancang (Theory of Planned Behaviour) berasaskan Teori Tingkahlaku Beralasan (Theory of Reasoned Behaviour) oleh Fishbein (1967) dan Fishbein serta Ajzen, (1975). TTD melibatkan tiga konsep seperti pembentukan sikap, faktor kawalan tingkah laku yang dilihat dan norma subjektif. Teori ini menyatakan bahawa niat individu untuk melakukan suatu tingkah laku tertentu dipengaruhi oleh sikap individu (iaitu sikap untuk menyambung pengajian).

Namun, kajian ini percaya bahawa tingkahlaku dirancang bermula dengan niat tingkahlaku berbanding sikap individu terhadap tingkahlaku dirancang. Ini bermakna tingkahlaku dirancang iaitu pemilihan ke IPT, bermula dengan niat untuk menyambung pengajian dan niat ini diperkukuhkan oleh norma subjektif dan faktor kawalan tingkahlaku. Justeru itu, *conceptual framework* bagi kajian ini adalah seperti berikut:

Rajah 1: Teori Tingkah Laku Dirancang

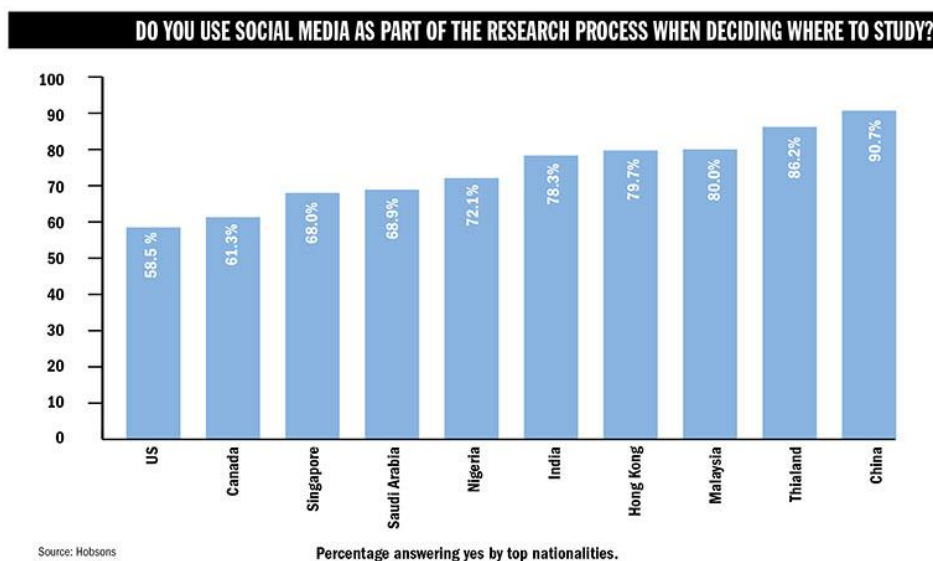


## NIAT TINGKAHLAKU

Sesuatu tingkahlaku, iaitu pemilihan ke IPT hanya berlangsung jika wujud elemen niat untuk melanjutkan pelajaran ke IPT. Niat ini diperkasakan dengan sokongan dan nasihat agen sosialisasi seperti keluarga, guru dan rakan-rakan dan apabila niat ini disokong, kawalan tingkahlaku wujud bagi mendorong individu untuk mencapai niat ke IPT melalui pencarian maklumat daripada media sosial. Menurut Koo (2015), pengguna media sosial berpendapat media ini menawarkan enjin pencarian maklumat bergerak, iaitu pencarian maklumat dilakukan di mana-mana dan pada bila-bila masa. Tambahan pula, pencarian maklumat melalui media sosial menawarkan ciri-ciri kebolehpercayaan maklumat yang tinggi, mudah dan aras kerumitan mencari maklumat atas talian adalah rendah.

Teknologi media sosial seperti Facebook, Instagram dan Twitter di dalam komunikasi pemasaran semakin mendapat perhatian perniagaan-perniagaan dalam membantu usaha pemasaran produk dan perkhidmatan mereka di kalangan individu, komuniti ataupun dengan organisasi yang lain (Kietzmann et al., 2011). Perkara ini juga menjadi tumpuan ramai sarjana terutamanya dari bidang pemasaran, perhubungan awam dan media (Miller & Lammas, 2011; Goh et al, 2013; Alharbie, 2015; Agnihotri et al, 2016). Kajian-kajian ini menjadikan bukti bahawa media sosial boleh digunakan oleh pelbagai jenis organisasi seperti mereka yang terbabit di dalam produk-produk pelanggan dan industri perkhidmatan. Misalnya, kajian Oh dan Park (2012) yang menumpukan kepada bagaimanakah teknologi-teknologi media sosial digunakan di dalam bidang pelancongan dalam sebuah kajian kes Korean Airline Tour (KAL Tour), salah sebuah agensi pelancongan di Korea Selatan. Kajian mereka menunjukkan bahawa aktiviti-aktiviti pemasaran melalui media sosial telah membuahkan hasil apabila syarikat-syarikat dapat mengaut keuntungan yang besar. Pengkaji-pengkaji mendapati bahawa KAL Tour menggunakan pelbagai variasi media sosial bagi

memastikan aktiviti-aktiviti pemasaran sosial adalah berkesan. Jeremy Cooper (2017) yang mengkaji penggunaan media sosial sebagai medium memperoleh maklumat untuk membuat keputusan masuk ke universiti menunjukkan bahawa kehadiran media sosial universiti mencerminkan keupayaan sesebuah universiti untuk mengalu-alukan kemasukan pelajar ke Universiti berkenaan.



Menurut beliau dengan kempen di media sosial, boleh membentuk dan memupuk bagaimana calon pelajar untuk melihat universiti tersebut, sebagai contoh kempen yang dijalankan sebuah Universiti di United Kingdom yang mempromosikan bahawa United Kingdom menawarkan pendidikan yang luar biasa mendapati calon pelajar bangga dengan komuniti universiti antarabangsa di United Kingdom (Cooper, 2017). Media sosial digunakan sebagai medium untuk memilih IPT, mendapatkan maklumbalas mengenai program, dan merancang untuk kemasukan ke IPT. Selain itu media sosial juga digunakan untuk membuat perbandingan dengan IPT-IPT lain yang ada sebelum membuat pilihan. Daripada dapatan kajian tersebut menunjukkan terdapat hubungan niat tingkah laku calon pelajar dengan pemilihan ke IPT. Hal ini menunjukkan bahawa media sosial memberi kesan kepada pemilihan pelajar untuk ke institusi pengajian tinggi.

Namun, timbul persoalan sejauh mana signifikan niat tingkah laku mempengaruhi pemilihan ke IPT melalui penggunaan media sosial. Persoalan ini membawa kepada Hipotesis pertama iaitu;

**H1.** Terdapat hubungan signifikan antara niat tingkah laku dengan pemilihan ke IPT melalui penggunaan media sosial.

## **NORMA SUBJEKTIF**

Tingkah laku didefinisikan sebagai penilaian keseluruhan individu terhadap sesuatu tindakan, sama ada positif ataupun negatif. Manakala norma subjektif pula merujuk kepada persepsi seseorang individu bahawa kumpulan sosial yang penting baginya dalam memikirkan sama ada individu tersebut harus atau tidak harus melaksanakan sesuatu kelakuan dalam konteks tertentu (Ajzen, 1985). Oleh itu, teori ini mempunyai asas umum, iaitu: semakin positif sikap norma subjektif dan semakin kuat niat individu untuk melakukan sesuatu tindakan (Safeena et al, 2013). Menurut Mahyarni (2013), norma subjektif merupakan pembentukan proses keyakinan normatif, di mana motivasi, cadangan dan pandangan yang diberikan oleh agen sosialisasi, iaitu ibu bapa, sekolah dan rakan-rakan terhadap niat individu untuk menyambung pengajian ke IPT membentuk persepsi serta keyakinan untuk mengekspresi tingkahlaku.

Namun, timbul persoalan sejauh mana signifikan norma subjektif mempengaruhi pemilihan ke IPT melalui penggunaan media sosial. Persoalan ini membawa kepada Hipotesis kedua iaitu;

**H2.** Terdapat hubungan signifikan antara norma subjektif dengan pemilihan ke IPT ke IPT melalui penggunaan media sosial.

## **FAKTOR KAWALAN TINGKAHLAKU**

TTD telah digunakan oleh banyak sarjana di dalam kajian mereka yang melibatkan ramalan-ramalan terhadap pelbagai jenis tingkahlaku dan di dalam pelbagai populasi, termasuklah kajian-kajian yang melibatkan remaja (Baker & White, 2010; Heirman & Walrave, 2012).

Faktor Kawalan tingkah laku (FKTL) merujuk kepada penilaian individu terhadap niat tingkahlaku dan keupayaan merealisasikan tingkah laku bagi mencapai niat tingkahlaku (Ajzen, 1991). FKTL turut merujuk kepada persepsi individu terhadap sumber bagi merealisasikan niat tingkahlaku dan bagi kajian ini sumber merujuk kepada sumber maklumat pengajian di media sosial yang dijangka memperkukuhkan tingkahlaku dirancang (Sabrina M. Hegner, 2017) iaitu pemilihan ke IPT.

Faktor kawalan tingkahlaku (FKTL) adalah fasa ekspresi keyakinan untuk mencapai niat tingkahlaku dan ianya dipengaruhi oleh elemen sumber daya atau peluang (Sayuti, 2011). Dalam konteks kajian ini, FKTL diperkasakan dengan kesediaan maklumat IPT sebagai domain peluang untuk individu mengakses maklumat pengajian. Peluang ini diperkukuhkan dengan kesediaan maklumat IPT secara atas talian melalui media sosial (Mahyarni, 2013).

Namun, timbul persoalan sejauh mana signifikan faktor kawalan tingkah laku mempengaruhi pemilihan ke IPT melalui penggunaan media sosial. Persoalan ini membawa kepada Hipotesis ketiga iaitu;

**H3.** Terdapat hubungan signifikan antara faktor kawalan tingkah laku dengan pemilihan ke IPT ke IPT melalui penggunaan media sosial.

Bagi menjawab hipotesis, kajian ini merangka kaedah yang sistematik untuk pengumpulan dan analisis data.

## **FAKTOR PEMILIHAN KE IPT**

### Faktor Perolehan Maklumat

Faktor perolehan maklumat mengenai IPT dijangka mempengaruhi pemilihan ke IPT oleh individu. Berbanding media konvensional, media sosial menawarkan ciri-ciri mudah akses dan dapatan carian maklumat diperolehi kurang daripada 1 minit.

Menurut Mahsood Shah (2013) yang mengkaji faktor mempengaruhi pemilihan ke IPTS mendapati perolehan maklumat atau akses dan peluang melanjutkan pelajaran ke universiti/kolej antara enam (6) domain yang diperolehi daripada kajian ke atas lima (5) IPTS di Australia. Akses dan peluang diperolehi daripada promosi dan sebaran maklumat melalui media sosial. Faktor ini terbahagi kepada faktor ekonomi (Zanini, 2015; Juceviciene, 2014), faktor pengaruh agen sosialisasi (Andriani Kusumawati, 2010), dan faktor perolehan maklumat IPT dan program pengajian (Nimako, 2015).

### Faktor Ekonomi & Motivasi Individu ke IPT

Menurut Zaninia (2015) dalam kajian meningkatkan pemilihan ke IPT pelajar ke IPT di kalangan keluarga berpendapatan rendah bagi mengurangkan jurang ketidaksamarataan akses ke universiti mendapati faktor utama mempengaruhi keputusan calon pelajar ke IPT adalah faktor ekonomi keluarga atau bantuan kewangan. Kajian ini mencadangkan bantuan kewangan ke IPT diperkasakan agar calon pelajar daripada keluarga berpendapatan rendah diberi peluang untuk melanjutkan pelajaran ke IPT.

Dapatan kajian ini disokong oleh Maio (2015) yang fokus terhadap faktor pemilihan ke IPT di kalangan lepasan pelajar sekolah tinggi di Itali mendapati wujud hubungan korelasi secara terus antara pendapatan dan latar belakang akademik dengan pemilihan ke IPT. Hal ini diperjelaskan bahawa keluarga dengan latar belakang akademik yang tinggi merupakan golongan profesional berprestij dan galakkan diberikan kepada anak-anak untuk menyambung pengajian ke IPT adalah tinggi dan saranan berhenti belajar atau tidak menyambung pengajian adalah rendah

Namun, menurut Cameron dan Heckman (2001) faktor ekonomi keluarga membawa keputusan hubungan korelasi negatif berbanding faktor motivasi atau

keinginan tinggi di kalangan calon pelajar ke IPT dan faktor kecemerlangan akademik. Dapatan kajian ini disokong oleh Chaudhury (2016) yang mengkaji faktor korelasi hubungan pemilihan ke IPT dengan pendidikan agama di Bangladesh mendapati tiada hubungan korelasi antara aksesibiliti ke sekolah pendidikan agama dengan pendapatan dan latar belakang akademik keluarga kerana motivasi individu ingin mendaftar sebagai pelajar madrasah mengatasi kekangan kewangan keluarga.

Ini kerana keinginan yang tinggi dan kecemerlangan akademik akan mendorong calon pelajar melanjutkan pelajaran ke IPT walaupun berhadapan dengan kekangan kewangan. Walaupun begitu, dapatan kajian Cameron dan Heckman (2001) diperdebatkan bahawa faktor motivasi yang tinggi untuk melanjutkan pelajaran ke IPT dan kecemerlangan akademik tetap rapuh sebagai faktor utama ke IPT kerana akhirnya, calon pelajar ini bergantung kepada bantuan kewangan seperti biasiswa, dermasiswa dan pinjaman pendidikan untuk membiayai kos pembelajaran seperti persediaan pengajian dan yuran (Andriani Kusumawati, 2010).

#### Faktor Pengaruh Agen Sosialisasi

Seterusnya adalah faktor pengaruh agen sosialisasi seperti keluarga, rakan-rakan dan sekolah membantu calon pelajar membuat keputusan pemilihan ke IPT. Kajian di beberapa negara Asia mendapati wujud hubungan korelasi antara pemilihan ke IPT oleh individu dengan cadangan keluarga seperti ibu bapa, adik beradik dan saudara mara (Andriani Kusumawati, 2010). Dapatan kajian ini disokong oleh Liu (2010) mendapati keluarga bukan sahaja berperanan dalam menentukan IPT pilihan individu, malah agen sosialisasi ini turut berpengaruh dalam menentukan kerjaya individu di China.

Selain agen sosialisasi, keluarga merupakan sistem sokongan individu dalam menghadapi transformasi hidup, di mana seseorang individu memerlukan nasihat, pandangan dan cadangan keluarga bagi memastikan keputusan yang dibuat adalah yang terbaik (Liu, 2010). Latar belakang akademik dan taraf pendapatan keluarga turut mempengaruhi keputusan individu ke IPT. Bagi Juceviciene (2014), impak latar belakang akademik dan taraf pendapatan keluarga merupakan faktor ekonomi yang menyumbang secara langsung kepada keputusan individu ke IPT, selain rakan-rakan dan guru. Justeru itu, kajian ini menetapkan keluarga, rakan-rakan dan guru sebagai pembolehubah kepada pengaruh niat individu ke IPT.



## **METODOLOGI DAN PROSEDUR KAJIAN**

Kajian ini fokus dalam menilai hubungan korelasi antara niat tingkah laku, norma subjektif dan faktor kawalan tingkah laku dengan pemilihan ke IPT ke IPT. Kajian ini menggunakan kaedah kuantitatif sebagai metod kajian. Hal ini kerana kebanyakan kajian media sosial, para pengkaji menggunakan kaedah kuantitatif sebagai kaedah kajian mereka seperti (Riley 2012; Cohen, & Zeira 2016; Nasir, Rosenthal & Moore 2011). Justeru itu, kaedah ini dipilih berdasarkan kajian literatur kesan media sosial terhadap pemilihan ke IPT ke IPT.

## **POPULASI SAMPEL**

Persampelan kajian ini telah dipilih di kalangan pelajar IPT negeri Melaka secara persampelan bertujuan yang berusia 18 tahun ke atas atau lepasan SPM, STPM, Matrikulasi dan Diploma. Pelajar diploma dan ijazah pertama secara persampelan bertujuan (purposive sampling) dipilih dari Kolej Universiti Islam Melaka (KUIM) dengan populasi seramai 5545 orang pelajar, dan Kolej Universiti Agrosains Malaysia (UCAM) dengan populasi seramai 2700 orang pelajar.

Jadual 1: Persampelan

<b>IPTS</b>	<b>Populasi</b>	<b>Peratusan (%)</b>	<b>Saiz Sampel</b>
KUIM	5545	67	268
UCAM	2700	33	132
<b>JUMLAH</b>	8245	100	400

## **KAEDAH KAJIAN**

Kajian ini menggunakan kaedah survei atau tinjauan untuk mendapatkan maklumat. Dalam kaedah ini, borang soal selidik akan direka sesuai dengan tajuk dan objektif kajian. Borang soal selidik akan diedarkan secara bertujuan kepada responden terpilih. Kajian deskriptif (tinjauan) digunakan dalam kajian ini. Menurut Sidek Mohd Noah (2002) reka bentuk kajian deskriptif selalunya dijalankan bertujuan untuk memberi penerangan yang sistematik mengenai fakta dan ciri-ciri sesuatu populasi atau bidang yang diminati secara fakta dan tepat.

## **DEFINISI OPERASI**

Jadual 2: Definisi Operasi

<b>Bil.</b>	<b>Konstruk</b>	<b>Definisi Operasi</b>	<b>Skop Soalan</b>
	Niat Tingkahlaku	Niat individu untuk menyambung pengajian ke IPT	penggunaan media sosial dalam memilih IPT maklumbalas IPT membandingkan kekuatan IPT
	Norma Subjektif	agen sosialisasi, iaitu ibu bapa, sekolah dan rakan-rakan mempengaruhi niat individu dalam pemilihan ke IPT	Keluarga mempengaruhi keputusan ke IPT Rakan-rakan mempengaruhi keputusan ke IPT Guru-guru mempengaruhi keputusan ke IPT
	Faktor Kawalan Tingkahlaku	Kesediaan sumber bagi meningkatkan motivasi untuk merealisasikan niat tingkahlaku	Media sosial meningkatkan motivasi membuat pilihan ke IPT Media sosial membolehkan perkongsian maklumat berlangsung untuk membuat pilihan ke IPT Media sosial memudahkan pencarian maklumat untuk membuat pilihan ke IPT
	Pemilihan ke IPT	Tindakan memilih IPT untuk menyambung pengajian berdasarkan beberapa faktor.	Faktor perolehan maklumat Faktor kemudahan dan prasarana Faktor ekonomi & motivasi individu ke IPT

## **DAPATAN KAJIAN**

Kajian ke atas 407 pelajar semester 1 di KUIM dan UCAM mendapati 52.6% responden adalah daripada luar bandar dan merupakan pengguna media sosial aktif dengan 96.3% menggunakan media sosial melebihi 2 tahun.

Jadual 3: Pembolehubah kajian

<b>Pembolehubah</b>	<b>N (%)</b>
Jantina	
Lelaki	130 (31.9)
Perempuan	277 (68.1)
Bangsa	
Melayu	395 (97.1)
Cina	3 (0.7)
India	2 (0.5)
Lain-lain	7 (1.7)
Tempat Tinggal	
Bandar	193 (47.4)
Luar Bandar	214 (52.6)
Pengguna Media Sosial	
Ya	405 (99.5)
Tidak	2 (0.5)
Pengalaman Guna Media Sosial	
Kurang 1 tahun	1 (0.2)
1 hingga 2 tahun	14 (3.4)
Lebih dari 2 tahun	392 (96.3)
Kekerapan Guna Media Sosial	
Beberapa kali dalam sehari	347 (85.3)
Sekali dalam sehari	17 (4.2)
Beberapa kali dalam seminggu	28 (6.9)
Sekali dalam seminggu	5 (1.2)
Beberapa kali dalam sebulan	9 (2.2)
Sekali dalam sebulan	1 (0.2)
Faktor Guna Media Sosial	
Mudah dan mesra pengguna	181 (44.5)
Komunikasi	103 (25.3)
Meluahkan perasaan	95 (23.3)
Pengaruh rakan	21 (5.2)
Percuma	6 (1.5)
Lain-lain	1 (2.0)

Dapatan survei merekodkan 85.3% responden adalah menggunakan sosial media beberapa kali sehari dan didorong oleh faktor mudah dan mesra pengguna (44.5%). Responden turut menggunakan media sosial untuk komunikasi (25.3%) dan meluahkan perasaan (5.2%). Secara keseluruhan, dapatan kajian membuktikan responden menggunakan media sosial secara aktif dan ini mendorong kepada pengukuran hipotesis kajian.

Jadual 4: Korelasi merujuk Hinkle, Wiersma, & Jurs (2003) menginterpretasi nilai  $r$  sebagai berikut:

Hipotesis			$r$	Kekuatan Korelasi
H1	Niat tingkah laku	→ pemilihan ke IPT	0.66	sederhana positif
H2	Norma subjektif	→ pemilihan ke IPT	0.66	sederhana positif
H3	Faktor kawalan tingkah laku	→ pemilihan ke IPT	0.59	sederhana positif

Jadual 4 menunjukkan dapatan kajian terhadap hubungan korelasi konstruk TPB, iaitu niat tingkah laku, norma subjektif dan faktor kawalan tingkahlaku dengan pemilihan ke IPT. Kajian ini membuktikan hubungan positif korelasi antara konstruk TPB dengan pemilihan ke IPT, namun kekuatan korelasi adalah di aras sederhana. Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi hubungan positif korelasi pada aras sederhana antara konstruk TPB dan pemilihan ke IPT. Walaupun dijangka penggunaan media sosial akan meningkatkan hubungan positif korelasi beraras tinggi, namun faktor ke IPT seperti faktor ekonomi keluarga dan motivasi individu ke IPT perlu diperinci dan diperjelaskan.

## DAPATAN DAN PERBINCANGAN

Dapatan kajian ke atas 407 pelajar IPT daripada KUIM dan UCAM mendapati responden adalah pengguna media sosial aktif, di mana pengalaman menggunakan media sosial melebihi 2 tahun adalah majoriti berbanding menggunakan media sosial kurang 1 tahun. Kekerapan penggunaan media sosial dikaji dan mendapati pelajar semester 1 daripada KUIM dan UCAM *login* media sosial lebih daripada sekali dalam sehari untuk berkomunikasi dan mendapatkan sokongan sosial daripada netizen. Penggunaan media sosial yang tinggi di kalangan golongan muda berpaksikan faktor; 1) mudah guna (Ika Destiana, 2013), mobil atau mudah dibawa, interaktif dan mesra pengguna, jaringan sosial yang lebih luas (Omar, 2014), proses komunikasi lebih berkesan (Hamzah, 2010) dan sokongan sosial (Hayes, 2016).

Kekerapan menggunakan media sosial mewujudkan nilai keseronokan (enjoyment) (Koo, 2015) dan secara langsung memberi kesan positif kepada usaha pencarian maklumat bagi mengekspresi niat tingkah laku individu (Hyldegård, 2014). Justeru itu, dapatan kajian ini ke atas penggunaan media sosial di kalangan golongan muda adalah selari dengan kajian terdahulu (Akubugwo, 2013; Hyldegård, 2014; David A. Cole, 2017) yang berpendapat bahawa pendedahan media sosial kepada golongan muda adalah tinggi melalui ukuran kekerapan penggunaan dan tujuan akses kepada media sosial.

Bagi mengkaji kesan penggunaan media sosial terhadap pemilihan ke IPT, kajian ini memilih Teori Tingkah laku Dirancang (TTD) sebagai panduan bingkai kajian. Sejak 1991, teori ini bermanfaat untuk meramal dan memahami faktor atau motivasi yang mempengaruhi tingkah laku individu sama ada positif atau negatif. Di samping itu, TTD menyediakan kerangka kajian bagi mempelajari tingkah laku melalui niat tingkah laku, norma subjektif dan kawalan tingkah laku. Kebanyakan kajian yang mengaplikasi TTD berhasil membuktikan wujud hubungan signifikan antara niat tingkah laku mempengaruhi tingkah laku sebenar melalui norma subjektif dengan pembolehubah yang dikaji (Ha, 1998 & Lin, 2004).

Namun, kajian kesan media sosial terhadap pemilihan ke IPT dari perspektif TTD perlu diperhalusi perbincangannya kerana hubungan korelasi antara niat tingkah laku, norma subjektif dan kawalan tingkah laku dengan pemilihan ke IPT di aras sederhana. Kajian terdahulu membuktikan korelasi sederhana/rendah antara konstruk TTD dengan pemilihan IPT berdasarkan faktor ekonomi keluarga. Menyokong kepada faktor ini, majoriti responden tinggal di kawasan luar bandar yang mempunyai purata pendapatan sederhana dan rendah. Ini bermakna niat melanjutkan pelajaran ke IPT kurang didorong oleh kelompok rujukan norma subjektif terutama keluarga kerana kekangan kewangan (Zaninia, 2015 & Maio, 2015). Di samping itu, dapatan kajian ini turut disokong oleh teori TTD, di mana semakin positif norma subjektif, semakin kuat niat tingkah laku, manakala semakin negatif norma subjektif semakin lemah niat tingkah laku (Mahyarni, 2013).

Kurang dorongan kelompok rujukan ke atas niat tingkah laku membawa kecenderungan individu mencari sokongan sosial. Rujuk Jadual 1, responden menggunakan media sosial untuk meluahkan perasaan atau mendapatkan sokongan sosial daripada netizen. Menurut David A. Cole (2017), sokongan sosial yang diperolehi daripada netizen mampu mengurangkan tekanan perasaan dan menyelesaikan masalah individu melalui aplikasi sembang (cit chat). Selain aplikasi sembang, ciri interaktif dan mudah guna yang dimiliki oleh media sosial menjadikan medium ini tepat bagi memperoleh maklumat sokongan sosial melalui laman sesawang motivasi, ceramah agama dimuatnaik di Youtube dan *news feed* positif daripada pengguna media sosial (Hayes, 2016). Secara langsung, penggunaan media sosial dilihat menggantikan fungsi sosial ibu bapa/keluarga dalam kehidupan individu. Faktor ini mungkin turut menyumbang kepada fungsi

kelompok rujukan sosial, di mana golongan muda tidak lagi bergantung kepada ibu bapa dan guru dalam mencari penyelesaian masalah kerana fungsi media sosial lebih efektif untuk memberi sokongan sosial kepada individu. Muat naik status ke akaun media sosial dan mampu menerima maklumbalas, cadangan dan nasihat daripada netizen dalam masa yang singkat. Justeru itu, tindakan mencari maklumat ke IPT tidak diteruskan dan penggunaan media sosial adalah bersifat hiburan, mencari rakan dan berkomunikasi (Hamzah, 2010 & Omar, 2014).

Seterusnya, hubungan korelasi positif dengan aras sederhana antara faktor kawalan tingkah laku dengan pemilihan ke IPT wujud kerana faktor perolehan maklumat. Bagi mencapai niat tingkah laku, selain sokongan kelompok rujukan norma subjektif, sumber daya atau peluang perlu ada untuk mengekspresi tingkah laku sebenar (Mahyarni, 2013). Ini bermakna jika niat menyambung pengajian wujud, namun sumber atau peluang akses maklumat IPT tidak menyokong kehendak individu, niat positif ini berkecenderungan berubah kepada negatif.

Faktor pencarian maklumat IPT di media sosial adalah kesahihan maklumat, kesediaan maklumat dan mudah digunakan (Akubugwo, 2013). Justeru itu, IPT perlu memperkasakan penggunaan media sosial sebagai medium promosi dengan bercirikan multimedia seperti audio, video dan grafik bergerak serta pemilihan foto yang tepat (Abu Elnasr E.Sobaih, 2016). Di samping itu, media alaf baharu ini turut mempunyai ciri-ciri akses dan komunikasi secara terus antara pemilik maklumat dengan kumpulan sasar, di mana maklumbalas dan persoalan mendapat respon lebih efisien berbanding media tradisional (Lee, 2017). Selain maklumbalas, pihak IPT dicadangkan untuk mempromosikan bantuan kewangan seperti pinjaman pendidikan, biasiswa dan elaun turut disediakan sebagai insentif kepada calon pelajar yang memilih IPT ini. Promosi ini tidak hanya diletakkan di laman sesawang tetapi turut di kongsi di media sosial (Zaninia, 2015).

## **KESIMPULAN**

Kajian ini mendapati golongan muda merupakan pengguna media sosial yang aktif dan faktor menggunakan media sosial adalah untuk berkomunikasi dan mencari sokongan sosial. Kajian kesan penggunaan media sosial terhadap pemilihan ke IPT dilihat dari perspektif TTD, iaitu niat tingkah laku, norma subjektif dan kawalan tingkah laku. Dapatan kajian membuktikan wujud hubungan korelasi positif antara niat tingkah laku, norma subjektif dan kawalan tingkah laku dengan pemilihan ke IPT dengan kekuatan sederhana. Berbanding kajian terdahulu niat tingkah laku, norma subjektif dan kawalan tingkah laku mempunyai hubungan signifikan yang tinggi dan kajian ini mengenalpasti beberapa faktor penting, antaranya, ekonomi keluarga. Kajian terdahulu membuktikan bahawa ekonomi keluarga memberi kesan kepada pemilihan ke IPT individu, di mana kekangan kewangan mempengaruhi niat tingkah laku individu untuk menyambung pengajian. Apabila keluarga kurang memberi motivasi dan galakkan, golongan muda ini mencari

sokongan sosial di media sosial. Kajian membuktikan golongan muda cenderung menggunakan media sosial dalam mencari penyelesaian masalah berbanding mewujudkan perbincangan dengan keluarga. Ini kerana aplikasi dan sokongan netizen lebih efektif berbanding fungsi keluarga. Seterusnya, maklumat IPT yang tidak strategik di media sosial mengurangkan kecenderungan golongan muda menggunakan medium ini untuk mendapatkan maklumat IPT dan pengajian. Justeru itu, kajian ini mencadangkan IPT perlu memperkasakan peranan media sosial sebagai medium promosi berkesan. Antaranya maklumat di media sosial bercirikan multimedia (audio, video dan grafik bergerak), maklumbalas segera untuk setiap persoalan daripada calon pelajar dan promosi bantuan kewangan turut disebarkan di media sosial. Limitasi kajian ini adalah pemilihan IPT yang kecil, maka dapatan kajian tidak bersifat menyeluruh dan medium yang diuji tertumpu kepada media sosial tanpa menguji media tradisional seperti televisyen dan radio.

## **RUJUKAN**

- A.Miller, M. &. (2015). Why do people record and post illegal material? Excessive social media use, psychological disorder, or both? *Computers in Human Behavior*, 608-614.
- Abu Elnasr E.Sobaih, M. A. (2016). To use or not to use? Social media in higher education in developing countries. *Computers in Human Behavior*, 296-305.
- Akubugwo, I. &. (2013). Influence of social media on social behaviour of post graduate students. A case study of Salford University, United Kingdom. *Journal of Research & Method in Education*, 39-43.
- Ana Radovic, T. G. (2017). Depressed adolescents' positive and negative use of social media. *Journal of Adolescence*, 5-15.
- Andriani Kusumawati, V. K. (2010). University Marketing and Consumer Behaviour Concerns: The Shifting Preference of University Selection Criteria In Indonesia. *University of Wollongong Research Online*, 1-17.
- Bin, G. (2013). A reasoned action perspective of user innovation: Model and empirical test. *Industrial Marketing Management*, 608-619.
- Brian A. Primack, A. S. (2017). Social Media Use and Perceived Social Isolation Among Young Adults in The US. *American Journal of Preventive Medicine*, 1-8.
- Chaudhury, M. N. (2016). To Madrasahs or Not To Madrasahs: The Question and Correlates of Enrolment in Islamic School In Bangladesh. *International Journal of Education Development*, 55-69.
- Cooper, J. (2017, Mei 19). *timeshighereducation*. Retrieved November 28, 2017, from [timeshighereducation: https://www.timeshighereducation.com/student/blogs/how-international-students-use-social-media-choose-uk-university](https://www.timeshighereducation.com/student/blogs/how-international-students-use-social-media-choose-uk-university)

- David A. Cole, E. A. (2017). Online Social Support for Young People: Does It Recapitulate in Person Social Support: Can It Help. *Computers in Human Behavior*, 456-464.
- Ha, C. L. (1998). The theory of reasoned action applied to brand loyalty. *Journal Of Product & Brand Management*, 51-61.
- hamzah, S. E. (2010). Media Sosial: Tinjauan Terhadap Laman Jaringan Sosial Dalam Talian Tempatan. *Jurnal Pengajian Media Malaysia*, 37-52.
- Hayes, C. T. (2016). As Social Support: Relational Closeness, Automaticity and Interpreting Social Support from Paralinguistic Digital Affordances in Social Media. *Computers in Human Behavior*, 386-393.
- Hyldegård, J. (2014). Young Learners' Use of Social Media for Information Seeking: Exploring Core LIS Journals From 2010-2014. *Library and Information Science Research e-journal*, 108-117.
- Ika Destiana, A. S. (2013). Penerimaan Media Sosial: Kajian Dalam Kalangan Pelajar Universiti Di Palembang. *Jurnal Komunikasi*, 125-140.
- Juceviciene, A. E. (2014). Factors Influencing School-Leavers Decision to Enrol in Higher Education. *Procedia Social and Behavioral Sciences*, 3983-3988.
- Koo, N. C. (2015). The use of social media in travel information search. *Telematics and Informatics*, 215-229.
- Lee, J. W. (2017). When Does Individuals' Willing to Speak Out Increase on Social Media. Perceived Social Support and Perceived Power/Control . *Computer In Human Behavior*, 120-129.
- Lin, H.-F. &.-G. (2004). Perceptions of senior managers toward knowledge-sharing behaviour. *Management Decision*, 108-25.
- Liu, S. C.-k. (2010). Will Parental Influences Affect Career Choice? Evidence from Hospitality and Tourism Management Students in China. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 82-102.
- Mahsood Shah, C. S. (2013). Factors influencing student choice to study at private higher education institutions . *Quality Assurance in Education*, 402-416.
- Mahyarni, M. (2013). Theory Of Reasoned Action Dan Theory Of Planned Behavior (Sebuah Kajian Historis tentang Perilaku). *Jurnal El-Riyasah*, 13-23.
- Maio, G. L. (2015). Post high school education choices in Italy: an empirical analysis . *Journal of Applied Research in Higher Education* , 229-242 .
- Maizatul Haizan Mahbob, M. Z. (2011). Inovasi Perkhidmatan Awam Malaysia Melalui Pelaksanaan E-Kerajaan: Satu Kajian Empirik Tentang Penerimaan E-Servis Di Lembah Kelang. *Jurnal Komunikasi* , 1-16.
- Maizatul Haizan Mahbob, M. Z. (2011). Inovasi perkhidmatan awam malaysia melalui pelaksanaan e-kerajaan: Satu kajian empirikal tentang penerimaan e-servis di Lembah Klang. *Jurnal Komunikasi* , 1-16.
- Mary Madden, A. L. (2017, July 7). *Pew Research Center*. Retrieved from <http://www.pewinternet.org/2013/05/21/teens-social-media-and-privacy/>.



- Mary Madden, A. L. (2017, July 7). *Pew Research Center*. Retrieved from <http://www.pewinternet.org/2013/05/21/teens-social-media-and-privacy/>.
- Murad Ali, R. A.-A. (2016). Strengthening the academic usage of social media: An exploratory study. *Journal of King Saud University: Computer and Information Sciences*, 1-9.
- Murad Ali, R. A.-A. (2016). Strengthening the academic usage of social media: An exploratory study. *Journal of King Saud University: Computer and Information Sciences*, 1-9.
- Nimako, J. M. (2015). Critical Factors Underlying Students' Choice Institution for Graduate Programmes: Emperical evidence from Ghana. *International Journal Of Higher Education*, 120-135.
- Nimako, J. M. (2015). Critical Factors Underlying Students' Choice Institution for Graduate Programmes: Emperical evidence from Ghana. *International Journal Of Higher Education*, 120-135.
- Nurzatil Ismah Azizan, Z. D. (2015). Faktor-Faktor Yang Mendorong Pemilihan Institusi Pengajian Tinggi Di Kalangan Pelajar. *E-Proceeding of the 2nd International Conference on Arabic Studies and Islamic Civilization*, (pp. 567-571). Kuala Lumpur, Malaysia: WorldConferences.net.
- Nurzatil Ismah Azizan, Z. D. (2015). Faktor-faktor yang mendorong pemilihan institusi pengajian tinggi di kalangan pelajar. *E-Proceeding of the 2nd International Conference on Arabic Studies and Islamic Civilization*, (pp. 567-571). Kuala Lumpur, Malaysia: WorldConferences.net.
- Omar, F. I. (2014). Penerimaan Media Sosial Sebagai Medium Dakwah Dalam Kalangan Mahasiswa Kuis. *E-proceedings of the Conference on Management and Muamalah*, 1-11.
- Omar, F. I. (2014). Penerimaan media sosial sebagai medium dakwah dalam kalangan mahasiswa KUIS. *E-proceedings of the Conference on Management and Muamalah*, 1-11.
- Pavica Sheldon, P. A. (2017). A Cross-Cultural Comparison of Croatian and American Social Network Sites: Exploring Cultural Differences in Motives for Instagram Use. *Computers in Human Behavior.*, 643-651.
- Pavica Sheldon, P. A. (2017). A Cross-Cultural Comparison of Croatian and American Social Network Sites: Exploring Cultural Differences in Motives for Instagram Use. *Computers in Human Behavior.*, 643-651.
- Rutter R, R. S. (2016). Social Media Interaction, The University Brand and Recruitment Performan. *Journal of Business Research*, 3096-3104.
- Rutter R, R. S. (2016). Social Media Interaction, The University Brand and Recruitment Performan. *Journal of Business Research*, 3096-3104.
- Sabrina M. Hegner, A. F. (2017). Using the theory of planned behaviour to understand brand love . *Journal of Product & Brand Management*, 26-41.
- Sayuti, S. S. (2011). Applying the Theory of Planned Behavior (TPB) in halal food purchasing . *International Journal of Commerce and Management*, 8-20.

*Penggunaan Media Sosial Dan Hubungan Tingkah Laku Yang Dirancang Terhadap Pemilihan Ke Institusi Pengajian Tinggi*  
Mohd Sufiean Hassan, Noor Jeffri Abdul Wahab, Norli Yusuf, Siti Nurshahidah Sah Allam, Maizura Manshor & Dr. Abdul Rauf Hj. Ridzuan

Zanini, L. V. (2015). Away, But Not Too Far from Home. The Effects of Financial Aid on University Enrolment Decisions. *Economic of Education Review*, 91-109.

Zanini, L. V. (2015). Away, But Not Too Far from Home. The Effects of Financial Aid on University Enrolment Decisions. *Economic of Education Review*, 91-109.

Zaninia, L. V. (2015). Away, but not too far from home. The effects of financial aid on university enrolment decisions. *Economics of Education Review*, 91-109.