

PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL DALAM KALANGAN WARGA EMAS DI KUALA LANGAT, SELANGOR

SOCIAL MEDIA USE AMONG THE ELDERLY IN KUALA LANGAT, SELANGOR

Nurul Aini Syazwani Norhisham
Pusat Kajian Dakwah dan Kepimpinan,
Fakulti Pengajian Islam, UKM

Muhamad Faisal Ashaari*
Pusat Kajian Dakwah dan Kepimpinan,
Fakulti Pengajian Islam, UKM

**Corresponding Author's Email: faisal@ukm.edu.my*

Article History:

Received : 17 September 2024

Accepted : 25 November 2024

Published : 26 December 2024

© Penerbit Universiti Islam Melaka

To cite this article:

Norhisham, N. A. S. & Ashaari, M. F. (2024). Penggunaan Media Sosial dalam Kalangan Warga Emas di Kuala Langat, Selangor. *Jurnal 'Ulwan*, 9(2), 245-259.

ABSTRAK

Penggunaan media sosial di kalangan warga emas semakin meningkat membuka ruang kepada mereka untuk kekal berhubung dengan keluarga dan rakan-rakan serta mengakses maklumat. Walau bagaimanapun, tahap penggunaan media sosial mereka berbeza-beza disebabkan perbezaan dalam latar belakang pendidikan, pendapatan, jantina, dan faktor lain. Tujuan utama artikel ini adalah untuk menerangkan trend penggunaan media sosial dalam kalangan demografi warga emas dan untuk mengkaji empat faktor utama yang mempengaruhi penggunaan media sosial mereka: umur, pendapatan, pendidikan, dan jantina. Artikel ini juga mengkaji hubungan antara perasaan kesepian di kalangan individu berusia dengan motivasi mereka menggunakan media sosial. Data untuk penyelidikan ini dikumpul melalui soal selidik yang diedarkan kepada individu berusia antara 60 hingga 80 tahun yang aktif di Pusat Aktiviti Warga Emas di Kuala Langat, Selangor. Pusat ini mempunyai 490 ahli warga emas berdaftar, dan survey ini termasuk ahli berdaftar dan tidak berdaftar. Sejumlah 405 responden berjaya menjawab soal selidik tersebut. Kajian mendapati bahawa kebanyakan populasi warga emas menghabiskan masa 3-6 jam sehari di media sosial, dengan YouTube dan WhatsApp menjadi platform yang paling banyak digunakan, diikuti oleh Facebook. Selain itu, kajian menemukan

korelasi yang signifikan antara pendapatan dan pendidikan dengan penggunaan media sosial, sementara umur dan jantina adalah faktor yang kurang mempengaruhi. Penemuan kajian menekankan kesan yang besar kesepian di kalangan individu berusia terhadap alasan mereka menggunakan media sosial dalam demografi ini.

Kata kunci: Warga Emas; Media Sosial; Internet; Penggunaan; Kesunyian

ABSTRACT

The increasing use of social media by the elderly offers opportunities to stay connected with loved ones and access information. However, usage levels vary widely, influenced by differences in education, income, gender, and other factors. This article aims to highlight trends in social media use among the elderly, examining the impact of age, income, education, and gender. It also explores how feelings of loneliness drive social media engagement. The study surveyed individuals aged 60 to 80 at the Senior Activity Centre in Kuala Langat, Selangor, which has 490 members. Both members and non-members participated, with 405 completing the survey. Findings indicate that the majority of the elderly spend 3-6 hours daily on social media, with YouTube and WhatsApp being most popular, followed by Facebook. There is a notable link between income and education levels and social media use, while age and gender are less significant. The study underscores loneliness as a key motivator for social media use among the elderly.

Keywords: Elderly; Social Media; Internet; Usage; Loneliness

1.0 PENGENALAN

Perkembangan teknologi maklumat yang semakin pesat telah mendorong kepada peningkatan penggunaan media sosial termasuklah dalam kalangan warga emas (Anderson & Perrin, 2017). Menurut Newman et al. (2019), media sosial berpotensi membantu memudahkan hubungan sosial dalam kalangan warga emas dengan keluarga dan rakan-rakan. Warga emas dapat berhubung dengan anak dan cucu yang tinggal berjauhan dengan mereka serta dapat mengeratkan hubungan yang lebih akrab dengan rakan-rakan. Selain itu, mereka juga dapat berinteraksi dengan maklumat di alam maya. Dengan ini, manfaat media sosial bukan sekadar dari sudut membina hubungan dengan keluarga dan rakan-rakan, mereka dapat mengisi masa lapang dan secara tidak langsung boleh menghilangkan perasaan kesunyian dalam kehidupan (Chopik, 2016; Yu et al., 2020). Ini bermakna, penggunaan media ini boleh dianggap sebagai sokongan sosial yang boleh memberikan kesejahteraan kepada kehidupan warga emas.

Di negara maju, penggunaan media sosial dalam kalangan warga emas semakin meningkat dari semasa ke semasa dan perkembangannya memberangsangkan (Hunsaker & Hargittai, 2018; Cotten et al., 2022). Di Malaysia pula, penggunaan media sosial dalam kalangan warga emas yang berusia 60 tahun sebanyak 3.9 jam sehari iaitu separuh dari purata penggunaan belia sekitar 8 jam sehari (Suruhan Komunikasi dan Multimedia Malaysia, 2018). Ini bererti

penggunaan media sosial dalam kalangan mereka agak tinggi. Berdasarkan kepada unjuran sepuluh tahun, generasi yang berusia 50-an pada masa kini dijangka akan kekal aktif dalam penggunaan media sosial melainkan sekiranya mereka ada mengalami masalah kesihatan, perubahan gaya hidup dan sebagainya. Ini bererti unjuran penggunaan media sosial dalam kalangan warga emas dijangka semakin meningkat. Sungguhpun demikian, tidak semua warga emas menggunakan media sosial secara optimum kerana faktor seperti kesihatan dan sebagainya. Secara tidak langsung, semua ini boleh mempengaruhi penggunaan media sosial dalam kalangan warga emas. Justeru, artikel ini menganalisis pola penggunaan media sosial dan hubungannya dengan usia, pendidikan pendapatan dan jantina. Artikel ini juga membincangkan dapatan kajian penggunaan media sosial dalam kalangan warga emas di Kuala Langat, Selangor yang beraktiviti di Pusat Aktiviti Warga Emas (PAWE). PAWE merupakan tempat warga emas menjalankan aktiviti harian dalam komuniti di bawah Jabatan Kebajikan Masyarakat (JKM).

2.0 TINJAUAN LITERATUR

2.1 Faktor Penggunaan Media Sosial Dalam Kalangan Warga Emas

Penggunaan media sosial dalam kalangan warga emas dipengaruhi oleh empat faktor iaitu tahap pendidikan, jenis pekerjaan, pendapatan dan jantina (Zickuhr, 2013). Bagi Guzman et al. (2023) pula, faktor kesihatan, sosial dan umur titik tolak terhadap penggunaan media sosial dalam kalangan warga emas. Ini dapat dilihat dari julat perbezaan yang sangat ketara disebabkan beberapa faktor ini antara warga emas dan remaja dalam penggunaan media sosial. Terdapat warga emas yang sangat aktif menggunakan media sosial (Toh & Khor, 2012) dan sebaliknya ramai pula yang tidak tahu menggunakannya (Muhammad Zaiamri & Amira, 2016). Penggunaan media sosial berbeza dengan generasi muda yang majoritinya mempunyai tahap penggunaan media sosial yang baik biarpun berbeza faktor demografi (SKMM, 2019). Generasi muda ini dikenali sebagai “*digital native*” kerana mereka dilahirkan dalam era digital dan secara tidak langsung mempunyai pengetahuan asas dalam menggunakan media sosial. Berikut adalah penjelasan pada setiap satu faktor di atas.

i) Usia

Peningkatan usia seseorang menyebabkan penggunaan media sosial semakin berkurangan. Menurut Friemel (2016) dan Galperin & Vicens (2017), pengguna media yang berusia 60-an lebih ramai menggunakan media sosial berbanding dengan mereka yang berusia 70-an dan ke atas. Ini boleh dikaitkan dengan faktor kesihatan dan keupayaan fizikal yang semakin merosot apabila usia semakin meningkat. Berdasarkan *Internet User Survey* (2018), warga emas di Amerika tidak menggunakan media sosial dengan masa yang lama atas beberapa faktor, antaranya adalah faktor usia yang semakin meningkat yang menyebabkan kurang minat menggunakan media sosial. Mereka juga kurang mempunyai kemahiran dan keyakinan terhadap penggunaan media. Ini bertepatan dengan dapatan Anderson dan Perrin (2017) dan Lebo (2016), yang menemui hampir $\frac{3}{4}$ daripada warga emas tidak mempunyai keyakinan

terhadap penggunaan media sosial walaupun mereka yakin bahawa adanya kesan positif terhadap penggunaannya. Dalam pada itu, kurang separuh daripada warga emas yang menggunakan media sosial lebih dari 3 jam. Walaupun majoriti warga emas tidak menggunakan media sosial, terdapat juga dari kalangan mereka yang menggunakannya lebih dari 3 jam dan dikenali juga sebagai pengguna yang sangat aktif.

ii) Pendidikan

Individu yang mempunyai tahap pendidikan yang tinggi cenderung terhadap penggunaan Internet dan media sosial (Konig et al., 2018). Mereka mempunyai cara berfikir yang berlainan dengan orang berpendidikan rendah. Anderson & Perrin (2017) mendapati warga emas yang mempunyai ijazah dari kolej dan universiti lebih gemar menggunakan media sosial sehingga 92 peratus jika dibandingkan dengan mereka yang tidak mempunyai ijazah, 76 peratus dan mereka yang berpendidikan hanya di sekolah menengah, 49 peratus. Ini berbeza dengan generasi muda pada masa kini, tidak kira seseorang itu mempunyai pendidikan yang tinggi ataupun tidak, mereka tetap menggunakan media sosial kerana itulah gaya hidup mereka.

iii) Pendapatan

Penggunaan media sosial dalam kalangan warga emas berkait dengan pendapatan kerana mereka tidak berhadapan dengan masalah keperluan asas dalam kehidupan mempunyai lebih banyak masa untuk mengguna media sosial (Hargittai & Dobransky, 2017). Kajian di Amerika mendapati bahawa warga emas yang mempunyai pendapatan yang tinggi sebanyak 50 ribu dolar dalam masa setahun merupakan pengguna tertinggi media sosial, masing-masing dengan 94% dan 90% (Anderson & Perrin, 2017). Ini selaras dengan dapatan kajian Grande (2015) yang merumuskan bahawa semakin tinggi pendapatan individu, mereka semakin cenderung untuk menggunakan media sosial. Majoriti warga emas dari kalangan mereka yang berpendapatan tinggi semasa berkhidmat sebagai seorang pekerja profesional cenderung terhadap penggunaan media sosial, jika dibandingkan dengan mereka yang mempunyai pendapatan di tahap sederhana. Ini disebabkan oleh mereka yang berpendapatan tinggi mampu untuk membayar bil dan kos melanggan Internet pada setiap bulan. Berbeza dengan warga emas yang berpendapatan rendah, mereka kurang menggunakan media sosial disebabkan kurang berkemampuan untuk melanggan Internet secara harian mahupun bulanan.

iv) Jantina

Faktor jantina bukanlah faktor peramal yang signifikan kerana dapatan kajian yang berbeza-beza. Dalam kajian (Yu et al., 2016), wanita didapati lebih ramai yang menggunakan media sosial walaupun terdapat jurang antara umur. Manakala dapatan Konig et al. (2018) dalam kajian mereka terhadap warga emas di Eropah, lelaki dalam kalangan warga emas lebih ramai menggunakan media sosial berbanding wanita. Ini bererti faktor jantina bukanlah faktor peramal yang boleh digeneralisasikan kepada semua warga kerana ada faktor

budaya dan gaya hidup yang mungkin mempengaruhi penggunaan media sosial.

2.2 Penggunaan Media Sosial Dan *Loneliness*

Media sosial merupakan memudahkan tugas setiap individu bagi mencari dan berkongsi sebarang maklumat, menghubungi keluarga dan sebagainya (Newman et al., 2019). Warga emas juga menggunakan media sosial bagi mengurangkan rasa sunyi (Chopik, 2016; Yu et al., 2020). Namun, ada segelintir warga emas yang tidak gemar menggunakan media baharu ini. Malah, ada yang berpandangan negatif terhadap media ini. Menurut Duggan & Smith (2013), antara sebab warga emas tidak mahu menggunakan media sosial kerana mereka tidak mempunyai kemahiran untuk menggunakannya selain berasa media ini tidak penting dalam kehidupan mereka. Tidak dinafikan, kebiasaannya warga emas ini lebih mementingkan media elektronik tradisional seperti radio dan televisyen, berbanding dengan pengguna muda yang mendapatkan sebarang maklumat secara atas talian (Sohana, 2016). Penerimaan terhadap penggunaan media sosial dalam kalangan warga emas di Malaysia memberikan impak positif apabila mereka menggunakan media baharu ini untuk tujuan yang baik. Bagi mereka, penggunaan ICT ini dapat berkomunikasi dengan keluarga, rakan serta dapat mengetahui maklumat berkaitan dengan kesihatan (Ma et al., 2015). Oleh itu, warga emas khususnya perlu mensyukuri nikmat Allah termasuklah dengan adanya teknologi canggih yang dapat membantu mereka berhubung dengan ahli keluarga seterusnya dapat mengurangkan rasa sunyi dalam diri mereka.

Selari dengan perkembangan teknologi masa kini, media sosial dapat dimanfaatkan bagi mengurangkan kesunyian dalam kalangan warga emas. Menurut Schirmer dan Michailakis (2016), kesunyian warga emas boleh dibahagikan kepada dua dimensi, iaitu kesunyian emosi (*emotional loneliness*) dan kesunyian disebabkan oleh pengasingan sosial (*social isolation*). Kajian di Amerika terhadap warga emas yang berumur 50 tahun ke atas mendapati penggunaan Internet dapat menurunkan kadar kesunyian dalam kalangan warga emas (Yu et al., 2020). Selain itu, Chopik (2016) juga berpandangan bahawa penggunaan media sosial ini mampu mengurangkan rasa sunyi dalam diri warga emas. Ini bermakna penggunaan media sosial benar-benar memberikan kesan positif dan sokongan sosial serta mampu memberi perubahan dalam kehidupan warga emas. Oleh yang demikian, sokongan daripada keluarga juga sangat diperlukan supaya mereka mahir dalam menggunakan media sosial dengan cara yang betul. Nik Norliati & Suriati (2016) telah menjalankan kajian di kawasan pedalaman negeri Pahang dan mendapati 100 peratus warga emas mendapat sokongan dari keluarga walaupun mereka tinggal berseorangan. Secara tidak langsung, ini dapat membantu mengurangkan rasa sunyi yang dialami oleh warga emas.

2.3 Pusat Aktiviti Warga Emas Di Kuala Langat Selangor

Pusat Aktiviti Warga Emas (PAWE) merupakan tempat bagi warga emas menjalankan aktiviti harian dalam komuniti di bawah Jabatan Kebajikan Masyarakat

(JKM). Ia merupakan satu perkhidmatan bercorak pendampingan sosial (*reaching out*) dan pembangunan (*developmental*) kepada warga emas melibatkan kerjasama strategik antara Kementerian Pembangunan Wanita, Keluarga dan Masyarakat (KPWKM) dengan agensi kerajaan yang lain serta pertubuhan bukan kerajaan (NGO) (Garis Panduan PAWE, 2018). PAWE dibangunkan berdasarkan tiga elemen, iaitu elemen komuniti setempat, elemen intergenerasi dan elemen interaktif. PAWE dibangunkan untuk mempelbagai dan memperluas kemudahan-kemudahan untuk kesejahteraan dan pembangunan warga emas, meningkatkan kualiti hidup warga emas selari dengan konsep warga emas aktif dan produktif, memberi ruang kepada warga emas agar dihargai menerusi perkongsian pengalaman dan kepakaran mereka, menggalakkan penglibatan dan kerjasama pelbagai pihak dalam pembangunan warga emas selara dengan Dasar Warga Emas Negara (DWEN) dan Pelan Tindakan Warga Emas Negara (PTWEN) serta menyatupadukan pelbagai etnik dan agama dalam sesebuah komuniti.

PAWE di Kuala Langat terletak di Jenjarom, Selangor. Setakat tahun 2020, seramai 490 yang telah mendaftarkan nama dan menjadi ahli kepada PAWE. Walau bagaimanapun, warga emas yang tidak berdaftar juga boleh mengikuti aktiviti atau pun program yang diadakan oleh pihak PAWE. Tambahan lagi, aktiviti yang dijalankan di PAWE bukan setakat tertumpu kepada warga emas sahaja, tetapi membuka penyertaan kepada umum yang datang dari pelbagai kaum, iaitu Melayu, Cina dan India. Aktiviti yang dijalankan mempunyai pelbagai dimensi, antaranya adalah dimensi kerohanian seperti ceramah agama, dimensi kesihatan yang merupakan satu usaha untuk warga emas ke arah gaya hidup sihat. PAWE menjalankan program rekreasi seperti kelas bermain alat muzik serta program sukan untuk senaman warga emas. Terdapat juga dimensi ekonomi yang menjadi tunjang terhadap aktiviti untuk komuniti terutamanya dalam kalangan warga emas. Penglibatan warga emas terhadap dimensi ini adalah untuk menyumbang dalam bentuk aktiviti kerja bergaji atau sukarela yang dapat memberi makna dan kepuasan. Kesemua aktiviti di PAWE ini melibatkan dua kumpulan sasar, iaitu secara langsung bagi warga emas yang sihat tubuh badan dan boleh berdikari, manakala secara tidak langsung bagi mereka dari kalangan kanak-kanak, remaja, belia dan OKU.

3.0 METODOLOGI

Kajian ini menggunakan reka bentuk tinjauan bagi mengkaji penggunaan media sosial dalam kalangan warga emas di Kuala Langat, Selangor. Soal selidik digunakan sebagai instrumen kajian ini untuk mendapatkan data. Soal selidik untuk bahagian tahap kesunyian diambil daripada instrumen kajian yang telah dijalankan oleh De Jong dan Van Tilburg (2006). Sampel kajian dipilih secara bertujuan yang diambil dari kalangan warga emas berusia antara 60 hingga 80 tahun yang beraktiviti di Pusat Aktiviti Warga Emas Kuala Langat. Jumlah warga emas berdaftar di PAWE ialah 490 orang. Terdapat juga warga emas yang tidak berdaftar tetapi turut mengambil bahagian untuk mengikuti aktiviti di pusat ini. Seramai 405 responden telah berjaya menjawab soal selidik yang diedarkan di sini.

4.0 HASIL KAJIAN DAN PERBINCANGAN

4.1 Taburan Demografi Responden

Responden terdiri dari kalangan warga emas yang beraktiviti di Pusat Aktiviti Warga Emas Kuala Langat, Selangor. Mereka merupakan golongan dari pelbagai lapisan dari sudut pendapatan, kelayakan akademik dan pekerjaan. Jadual 1 menjelaskan taburan demografi responden.

Jadual 1: Taburan demografi responden

Item	Demografi	Kekerapan (<i>f</i>)	Peratusan (%)	
A1	Jantina	Lelaki	193	47.7
		Perempuan	212	52.3
A2	Umur	60-64	247	61.0
		65-69	136	33.6
		70-74	18	4.4
		75-80	4	1.0
A3	Kelayakan Akademik Tertinggi	Darjah 6 Dan Ke Bawah	17	4.2
		LCE/SRP/PMR	139	34.32
		Sijil/Diploma	114	28.14
		Ijazah	117	28.89
		Sarjana/PhD	16	3.95
		Lain-Lain	2	.5
A4	Pendapatan Sekarang Atau Terakhir Sebelum Bersara	RM 1000 Atau ke Bawah	45	11.11
		RM 1001-RM3000	152	37.53
		RM 3001- RM 5000	135	33.34
		RM 5001 Dan ke Atas	73	18.02
A5	Pekerjaan	Kerajaan	262	64.7
		Sendiri	35	8.6
		Swasta	85	21
		Lain-Lain	23	5.7
A6	Jenis Kediaman	Banglo/Semi-D/Renthouse	198	48.9
		Pangsapuri	0	0
		Rumah Teres/Town House/Rumah Kedai	199	49.1
		PPRT/Rumah Setinggan	8	2.0

Sumber: Soal Selidik (2020)

Berdasarkan Jadual 1, responden terdiri dari kalangan mereka yang berada pada golongan kelas pertengahan. 51.36 peratus responden memperoleh pendapatan sebanyak RM3001 ke atas. Begitu juga 56.43 peratus yang mempunyai tahap

pendidikan yang baik dari sijil hingga ijazah manakala 64.7 peratus terdiri dari pesara kerajaan. Ini bermakna, responden terdiri daripada mereka yang mempunyai latar belakang yang kukuh dari sudut pendidikan dan pendapatan. Dari sudut kemampuan warga emas untuk capaian kepada media baharu bukanlah suatu halangan yang besar kerana mereka mempunyai kemampuan kewangan, cuma tinggal lagi dari sudut minat dan kehendak yang mempengaruhi mereka dalam penggunaan media sosial.

4.2 Pola Penggunaan Media Sosial

Pola penggunaan media sosial dalam kajian ini memfokuskan perbincangan penggunaan media sosial berdasarkan demografi kehidupan warga emas dan jenis media sosial yang digunakan oleh warga emas di PAWE.

1) Purata Masa Dan Medium Yang Digunakan

Penggunaan media sosial berbeza mengikut generasi. Generasi muda kebiasaannya menggunakan masa yang lebih lama terhadap penggunaannya kerana mereka mempunyai kemahiran dari sudut teknikal dan mereka memang dibesarkan dalam suasana teknologi komunikasi berkembang pesat. Manakala warga emas secara umumnya kurang menggunakan media sosial. Dapatan kajian ini mendapati penggunaan media sosial dalam masa sehari mempunyai nilai min yang sangat rendah, iaitu 1.49. Ini dapat dilihat 61% responden memperuntukkan masa kurang dari 3 jam terhadap penggunaan media sosial seperti dalam Jadual 2. Manakala 29% sahaja dalam kalangan mereka yang menggunakannya secara aktif iaitu antara 3-6 jam sehari.

Jadual 2: Taburan Peratusan Penggunaan Media Sosial Sehari

< 3 jam	3-6 jam	> 6 jam	Min	Sisihan Piawai
61%	29.1%	9.9%	1.49	.670

Sumber: Soal Selidik (2020)

Dapatan kajian menunjukkan nilai min yang rendah terhadap penggunaan media sosial dalam kalangan responden. Ia tidak selari dengan kajian semasa yang rata-ratanya mendapati penggunaan media sosial dalam kalangan warga emas semakin meningkat (Pew Research Centre, 2021). Kajian mendapati majoriti warga emas menggunakan media sosial dalam tempoh yang singkat, iaitu kurang dari 3 jam. Berdasarkan *Internet User Survey* (2018), warga emas tidak menggunakan media sosial dengan masa yang lama disebabkan usia mereka yang semakin meningkat. Selain itu, warga emas juga kurang mempunyai kemahiran dan keyakinan terhadap penggunaan media. Ini bertepatan dengan kenyataan oleh Anderson dan Perrin (2017) serta Lebo (2016) bahawa hampir $\frac{3}{4}$ daripada warga emas tidak mempunyai keyakinan terhadap penggunaan media sosial walaupun mereka yakin bahawa adanya kesan positif terhadap penggunaannya. Walau

bagaimanapun, terdapat juga warga emas yang menggunakan media sosial dalam tempoh yang lama iaitu antara 3 hingga 6 jam. Walaupun warga emas tidak gemar menggunakan media sosial, ada diantara mereka yang menggunakan media sosial lebih dari 6 jam. Kebiasaannya, warga emas yang memperuntukkan masa yang lama terhadap penggunaan media sosial adalah mereka dari kalangan ahli perniagaan dan warga emas yang dari kalangan pekerja profesional (Brandtzaeg et al., 2010).

Dari sudut medium pula, tidak semua aplikasi media sosial digemari oleh warga emas. Secara umumnya, mereka cenderung menggunakan medium yang mudah digunakan dan sesuai dengan kemampuan dan keperluan mereka. Kajian ini mendapati YouTube dan Whatsapp merupakan medium yang sangat popular dalam kalangan mereka termasuklah Facebook. Manakala aplikasi yang lain tidak popular seperti yang ditunjukkan dalam Jadual 3.

Jadual 3: Taburan Peratusan, Min dan Sisihan Piawai Aplikasi Media Sosial

Item	Aplikasi	1- Sangat Tidak Kerap	2- Tidak Kerap	3- Kurang Kerap	4- Kerap	5- Sangat Kerap	Min	Sisihan Piawai
1	<i>YouTube</i>	9.1%	3.7%	7.7%	23.2%	56.3%	4.14	1.26281
2	<i>WhatsApp</i>	1.5%	9.4%	22.7%	39%	27.4%	3.81	.98893
3	<i>Facebook</i>	34.6%	23.7%	17.5%	16.0%	8.1%	2.40	1.32081
4	<i>Telegram</i>	53.4%	21.7%	14.1%	8.4%	2.5%	1.85	1.10109
5	<i>Instagram</i>	66.2%	21.2%	9.1%	3.0%	.5%	1.50	.81939
6	<i>Twitter</i>	85.2%	10.9%	3.5%	.5%	0%	1.19	.50487

Sumber: Soal Selidik (2020)

Jadual 3 menjelaskan kepelbagaian penggunaan jenis media sosial dalam kalangan responden. Mereka sangat kerap melayari *YouTube* dengan skor min 4.14 berbanding aplikasi yang lain. Ini boleh dikaitkan dengan fitur *YouTube* yang bersifat satu hala bagaikan televisyen tetapi Youtube boleh disesuaikan mengikut kehendak mereka dan keperluan mereka. Dengan ini, Mereka bebas memilih tajuk dan masa yang sesuai untuk mengisi masa lapang dan untuk mengurangkan rasa sunyi terutama yang tinggal berjauhan dengan keluarga. Aplikasi kedua tertinggi ialah *Whatsapp* dengan skor min 3.81. Dengan aplikasi ini, mereka boleh bersembang, membuat panggilan *video* dan audio, berkongsi ilmu, maklumat, berita, info dan sebagainya. Menurut Azri et al. (2019), warga emas menggunakan aplikasi *WhatsApp* dalam urusan seharian mereka kerana aplikasi ini mudah digunakan seperti Khidmat Pesanan Ringkas (SMS). Aplikasi ketiga yang tertinggi ialah *Facebook* mendapat skor min 2.40. Dapatan ini berbeza dengan hasil kajian Toh & Khor (2012) dan Azri et al. (2019) yang menyatakan penggunaan *Facebook* merupakan aplikasi yang popular dan sangat kerap digunakan oleh warga emas. Dapatan kajian ini juga berbeza dengan ringkasan pengguna media sosial di seluruh

dunia pada tahun 2020, aplikasi *Facebook* merupakan aplikasi media sosial yang mempunyai pengguna tertinggi di dunia sebanyak 2449 million.

Manakala, *Telegram* (min=1.85), *Instagram* (min=1.50) dan *Twitter* (min=1.19) merupakan aplikasi yang tidak kerap dalam kalangan responden. Ketiga-tiga aplikasi ini biasanya digunakan oleh generasi muda berbanding dengan warga emas. Kebiasaannya, *Telegram* digunakan untuk *join* sesebuah *Channel*, *back up chat* dan lain-lain. *Instagram* pula digunakan untuk memuatnaik gambar, membuat *live*, membuat *IG TV* dan sebagainya. Akhirnya, *Twitter* digunakan oleh mereka yang suka kepada bersembang dalam topik tertentu secara kritis dan banyak menggunakan bahasa yang kasar dan bahasa singkatan. Pengguna *Twitter* hanya perlu menulis dengan ringkas dan padat sesuai dengan generasi muda yang gemar menulis secara *short form* berbanding dengan generasi tua.

2) Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Media Sosial

Penggunaan media sosial dalam kalangan warga emas mempunyai kaitan dengan empat pemboleh ubah iaitu umur, latar belakang akademik, pendapatan dan jantina. Secara umumnya, dapatan kajian mendapati bahawa umur dan jantina tidak mempunyai kaitan dengan penggunaan media baharu. Manakala latar belakang akademik dan pendapatan pula mempunyai hubungan dengan penggunaan media baharu. Berikut adalah penjelasan pada setiap satu pemboleh ubah.

Umur merupakan pemboleh ubah yang mempengaruhi penggunaan media baharu. Kajian lalu menunjukkan peningkatan dalam penggunaan media baharu dan peningkatan usia menjadikan mereka lebih kurang dengan media baharu atas faktor kesihatan dan tumpuan. Kajian ini mendapati bahawa umur responden tidak mempunyai perbezaan dalam penggunaan media sosial seperti yang terdapat dalam Jadual 4 di bawah.

Jadual 4: Hubungan Umur dengan Penggunaan Media Sosial

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	2.480 ^a	6	.871
Likelihood Ratio	4.368	6	.627
Linear-by-Linear Association	1.044	1	.307
N of Valid Cases	405		

a. 4 cells (33.3%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .35.

Sumber: Soal Selidik (2020)

Jadual 4 menunjukkan nilai p adalah melebihi .871 dan ia melebihi $(\alpha).05$. Dengan ini disimpulkan bahawa umur responden tidak mempunyai hubungan dengan penggunaan media sosial. Penggunaan media sosial semakin berkurang apabila berlaku peningkatan usia seseorang meskipun penggunaan media sosial semakin meningkat dalam kalangan warga emas (Anderson & Perrin, 2017). Untuk latar belakang akademik pula, kajian lalu membuktikan ada hubungan dengan

penggunaan media sosial (Konig et al., 2018). Kajian ini mendapati dapatan yang sama seperti dinyatakan dalam Jadual 5 di bawah.

Jadual 5: Hubungan Akademik dengan Penggunaan Media Sosial

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	81.495 ^a	10	.000
Likelihood Ratio	64.646	10	.000
Linear-by-Linear Association	35.854	1	.000
N of Valid Cases	405		

a. 7 cells (38.9%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .17.

Sumber: Soal Selidik (2020)

Jadual 5 menunjukkan nilai p (.000) kurang daripada .05. yang membawa maksud latar belakang akademik mempunyai kaitan dengan penggunaan media sosial. Untuk pendapatan pula, kajian lalu mendapati bahawa mereka yang tidak mempunyai masalah kewangan lebih mempunyai masa untuk menggunakan media sosial (Hargittai & Dobransky 2017; Grande 2015). Kajian ini menemui dapatan yang sama dengan kajian lalu seperti dalam Jadual 6 di bawah.

Jadual 6: Hubungan Pendapatan dengan Penggunaan Media Sosial

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	58.496 ^a	6	.000
Likelihood Ratio	53.504	6	.000
Linear-by-Linear Association	43.539	1	.000
N of Valid Cases	405		

a. 1 cells (8.3%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 3.89.

Sumber: Soal Selidik (2020)

Jadual 6 menunjukkan nilai p (.000) kurang daripada .05. Ini bererti tingkat pendapatan mempunyai hubungan dengan penggunaan media sosial. Individu yang berpendapatan tinggi lebih cenderung kepada penggunaan yang aktif kepada media sosial. Untuk jantina pula, kajian lalu mendapati dua dapatan dalam penggunaan media sosial iaitu antara dapatan yang mengatakan bahawa warga emas lelaki lebih ramai dan perempuan lebih ramai. Namun, kajian lalu mendapati bahawa jantina tidak mempunyai hubungan dengan penggunaan media sosial seperti yang ditunjukkan dalam Jadual 7 di bawah.

Jadual 7: Hubungan Jantina dengan Penggunaan Media Sosial

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	2.512 ^a	2	.285
Likelihood Ratio	2.518	2	.284
Linear-by-Linear Association	.685	1	.408
N of Valid Cases	405		

a. 0 cells (0.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 16.68.

Sumber: Soal Selidik (2020)

Jadual 7 menunjukkan nilai (p) .285. melebihi daripada .05. Ini bererti jantina tidak mempunyai perbezaan terhadap penggunaan media sosial. Oleh itu kajian lalu mendapati dapatan yang tidak konsisten seperti Yu et al. (2016) menyatakan perempuan lebih ramai menggunakan media sosial, manakala Konig et al. (2018) menjelaskan lelaki lebih ramai menggunakan media sosial berbanding perempuan.

3) Hubungan Antara Kesunyian Dengan Tujuan Penggunaan Media Sosial

Penggunaan media sosial dalam kalangan warga emas mempunyai pelbagai manfaat kepada kehidupan mereka seperti mencari dan berkongsi maklumat, membuat belian secara dalam talian, mendengar kuliah agama dan sebagainya. Antara manfaat penting penggunaan ini ialah boleh mengurangkan rasa sunyi dalam diri mereka (Chopik, 2016; Cotton et al. 2014). Walau bagaimanapun, hasil kajian menunjukkan hubungan yang signifikan antara tahap kesunyian warga emas dengan tujuan penggunaan media sosial dalam kalangan warga emas seperti dalam Jadual 8.

Jadual 8: Hubungan Tujuan Penggunaan Media Sosial Dengan Kesunyian Warga Emas

Pemboleh Ubah	Tujuan	Kesunyian
Tujuan	1	0.098 0.049
Kesunyian	0.098 0.049	1

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed)

Sumber: Soal selidik (2020)

Berdasarkan Jadual 8, hasil korelasi *Spearman's* mendapati nilai ($r= 0.098$, $p=0.049 < 0.05$). Ini menunjukkan bahawa terdapat hubungan signifikan yang positif antara tujuan penggunaan media sosial dengan tahap kesunyian warga emas. Kekuatan hubungan adalah pada aras yang sederhana kuat iaitu .30 hingga .49. Oleh itu, hipotesis kajian yang menggunakan analisis korelasi adalah diterima. Selari dengan kajian oleh Yu et al. (2020) dan Chopik (2016), rasa sunyi dalam diri warga

emas dapat dikurangkan apabila seseorang itu menggunakan media sosial. Kenyataan tersebut sama seperti dengan dapatan Nurfazlina et al. (2014) yang menyatakan penggunaan media sosial mampu meningkatkan kualiti hidup warga emas, sekaligus dapat mengurangkan rasa sunyi dalam diri mereka.

5.0 KESIMPULAN

Penggunaan media sosial penting dan menjadi suatu keperluan dalam kehidupan seharian individu termasuk warga emas. Mereka lebih cenderung kepada penggunaan media sosial yang mudah dan ringan seperti Whatsapp dan Facebook serta suka menonton YouTube. Bagi aplikasi yang kompleks dari sudut aplikasi dan penggunaan bahasa yang kasar seperti Twitter, ia bukan aplikasi yang sesuai dengan jiwa mereka. Penggunaan media sosial ini mempunyai kelebihan kepada mereka yang mempunyai latar belakang yang baik dari sudut pendidikan dan pendapatan. Mereka telah terdedah dengan medium ini dan tahu memanfaatkannya dengan lebih baik. Bukan sekadar menggunakannya, tetapi menjadikannya alat untuk menguruskan kehidupan mereka. Keadaan ini mungkin berbeza dengan generasi Z dan alpha yang penggunaannya tanpa mengira latar belakang pendidikan. Penggunaan yang baik dan dengan cara yang betul boleh menjadikannya sebagai sokongan sosial kepada mereka untuk mengurangkan tahap kesunyian yang sering melanda warga emas.

Penghargaan

Penghargaan diberikan kepada Kementerian Pengajian Tinggi (KPT) yang telah membiayai penerbitan artikel ini menerusi Fundamental Research Grant FRGS /1/2021/SSIO/UKM/02/3.

Sumbangan Penulis

Norhisham, N. A. S. dan Ashaari, M. F., Proses penulisan melibatkan pengenalan, perbincangan penyusunan idea, semakan gaya bahasa, dan penyuntingan draf akhir dilaksanakan dan keseluruhan penyediaan artikel disempurnakan secara kolektif oleh semua pihak yang terlibat.

Penolakan Tuntutan

Manuskrip ini belum diterbitkan di tempat lain dan semua penulis telah bersetuju dengan penyerahannya dan mengisytiharkan tiada konflik kepentingan pada manuskrip.

RUJUKAN

Anderson, M. & Perrin, A. (2017). Technology Use Among Seniors. *Pew Research Center Internet and Technology*.

- Azri, Yusof, A., Mokhtar, N. F. & Kalsitinoor (2019). Cost, Security and Featured Influencing Baby Boomers Behavioral Intention on Adopting WhatsApp Application. *International Journal of Accounting, Finance and Business (IJAFB)*, 4(18), 67-77.
- Chopik, W. J. (2016). The Benefits of Social Technology Use Among Older Adults Are Mediated by Reduced Loneliness. *Cyberpsychology, Behaviour and Social Networking*, 1-6.
- Cotten, S. R., Schuster, A. M. & Seifert, A. (2022). Social Media Use and Well-Being Among Older Adults. *Current Opinion in Psychology*, 45(2).
- De Jong, J. G. & Van Tilburg, T. G. (2006). A 6-Item Scale for overall, emotional, and social loneliness confirmatory tests on survey data. *Research on Aging*, 28(5): 582-598.
- Duggan, M. & Smith, A. (2013). *Social Media Update*. Pew Research Center Internet & Technology.
- Friemel, T. N. (2016). The Digital Divide has Grown Old: Determinants of A Digital Divide Among Seniors. *New Media and Society*, 18(2), 313–331.
- Galperin H. & Viicens F. M. (2017). Connected For Development? Theory And Evidence About The Impact Of Internet Technologies On Poverty Alleviation. *Development Policy Review*, 35(3), 315–336.
- Garis Panduan Pusat Aktiviti Warga Emas. (2018). Jabatan Kebajikan Masyarakat. Kementerian Pembangunan Wanita, Keluarga dan Masyarakat.
- Gell, N. M., Rosenberg, D. E., Demiris, G., LaCroix, A.Z. & Patel. K. (2015). Patterns of technology use among older adults with and without disabilities. *Gerontologist* 55(3):412-421.
- Grande, S. (2015). Factors that influence use of social media among older adults thesis. Master Thesis California State University, Long Beach.
- Hargittai, E. & Dobrasky, K. 2017. Old dogs, new clicks: digital inequality. *Candian Journal of Communication*, 42(2), 195–212.
- Hunsaker, A. & Hargittai, E. (2018). A review of Internet use among older adults. *New Media and Society*, 20(10), 3937-3954.
- Internet User Survey. (2018). Statistical Brief Number Twenty-Three. Malaysian Communication and Multimedia Commission
- Jamiah Manap, Mohammad Rezal Hamzah, Aizan Sofia Amin & Fazilah Idris. (2016). Penggunaan dan implikasi media sosial terhadap remaja generasi Z. *Persidangan Antarabangsa Perkembangan Sosial dan Ekonomi (ISCED)*. Universiti Malaysia Terengganu.
- Konig, R. Seifert, A. & Doh, M. (2018). Internet use among older Europeans: An analysis based on SHARE data. *Universal Access in the Information Society*, 17(3): 621-633.
- Lebo, H. (2016). *Surveying the Digital Future*. South California: University of Southern California.
- Ma, Q., Chen, K., Chan, A .H. S. & Teh, P. L. (2015). Acceptance of ICTs by older adults: A review of recent studies. *Human Aspects of IT for the Aged Population* 9193: 239-249.
- Malaysian Communications and Multimedia Commission. (2018). Internet user survey. ISSN 1823-2523.

- Mares, M.-L., & Woodard, E. H. (2006). In search of the older audience: Adult age differences in television viewing. *Journal of Broadcasting & Electronic Media* 50: 595–614.
- Nef, T., Ganea, R. L., Muri, R. M. & Mosimann, U. P. (2013). Social networking sites and older users – a systematic review. *International Psychogeriatrics* 25(7):1041–1053.
- Newman, L., Stoner, C., Corbett, A., Megalogeni, Khan, M. Z. & Spector, A. (2019). Development of the 'sns older adults measure' (sns-oa) to examine social network site use in older adults. *Aging and Mental Health* :1–10.
- Toh, S. C. & Khor, C. C. (2012). Patterns of Facebook Usage Among Baby Boomers, Generation X and Generation Y in Malaysia. *AWERProcedia Information Technology & Computer Science* 2:1132–1138.
- United Nations (2017). *World Population Prospects: The 2017 Revision, Key Findings and Advance Tables* (ESA/P/WP/248). New York: Department of Economic and Social Affairs, Population Division.
- Yu, R. P., Ellison, N. B. & McCammon, R. J. (2016). Mapping the two levels of digital divide: Internet access and social network site adoption among older adults in the USA. *Information and Communication & Society* 19(10): 1445-1464.
- Yu, K., Wu, S., & Chi, I. (2020). Internet Use and Loneliness of Older Adults Over Time: the mediating effect of social contact. *The Journals of Gerontology: Series B Psychological Sciences and Social Sciences*.
- Zickuhr, K. (2013). Who's not online and why Internet but not at home. *Pew Research Center's Internet & American Life Project*. <http://pewInternet.org/Reports/2013/Non-Internet-users.aspx>.