

Satira Politik: Analisis Internet *Trolling* di Malaysia

RAJA NUR AFIQAH RAJA ZULKIFLI
Universiti Malaya

NOOR SULASTRY YURNI AHMAD
Universiti Utara Malaysia

MOHD AZIZUDDIN MOHD SANI
Universiti Utara Malaysia

HASLINA MUHAMAD
Universiti Malaya

ABSTRAK

Satira politik merupakan satu bentuk komunikasi politik terdiri daripada pelbagai jenis. Satira politik melalui pendekatan Internet *trolling* pula dilihat semakin berkembang di Malaysia. Internet *trolling* boleh didapati dalam bentuk gambar (memes) atau rakaman (video) dan merupakan salah satu medium yang menarik digunakan dalam media sosial sebagai alat menyampaikan maklumat. Fenomena ini telah menular dalam kebanyakan aplikasi media sosial. Internet *trolling* seringkali digunakan terhadap para pemimpin politik sebagai bahan sindiran. Fenomena ini semakin rancak kerana rakyat kini dilihat cenderung untuk mendapatkan maklumat berkenaan berita politik menggunakan media baharu. Ini kerana medium ini mudah untuk diakses dan lebih bebas. Artikel ini memberi tumpuan kepada penyertaan pengguna media sosial dalam komunikasi politik berbentuk satira. Reka bentuk kajian ini adalah berdasarkan sorotan kajian yang terbatas dan pembacaan teori mobilisasi sosial dan teori penggunaan dan kepuasan media. Analisis kualitatif kandungan pula dipilih sebagai metodologi kajian. Media sosial *Facebook* menjadi medium analisis manakala komen-komen pengguna *Facebook* digunakan sebagai unit analisis. Kajian ini merumuskan bahawa fenomena *trolling* politik dalam media sosial menjadi indikator bahawa corak kebebasan bersuara dalam kalangan masyarakat kian berubah. Sungguhpun *trolling* politik yang selama ini tersebar melalui pelbagai aplikasi media sosial ini dilihat agak keterlaluan, namun pemimpin-pemimpin ini masih meneruskan tugas masing-masing tanpa menghiraukan bahan satira yang keterlaluan tersebut.

Kata kunci: *Satira politik, Internet trolling, Facebook, komunikasi politik, pilihan raya.*

Political Satire: Analysis on the Internet Trolling in Malaysia

ABSTRACT

Political satire is a form of political communication composed of various types. Lately, political satire via the Internet is thriving in Malaysia. Internet trolling is available in the form of memes or video and is one of the fascinating medium used in social media as a means of delivering information. This phenomenon has been transmitted in most social media applications. Internet trolling used against political leaders is seen as a type of political sarcasm. This has become an online phenomenon as part of political news utilised by netizens. This is due to the Internet as a medium of information which is free and easy to access. This article focuses on the participation by the social media users in political

communication via political satire. The design of this study is based on some limited numbers of literature review and theory of social mobilisation and Uses and gratifications theory. The qualitative content analysis is chosen as the research methodology. Facebook is utilised as the medium of analysis through comments selected on Facebook as analytics unit. This study concludes that the phenomenon of political trolling in social media is an indicator that the culture of freedom of speech among the people is progressing. Although the political trolling that has been dispersed through various social media applications is somewhat outrageous, yet these leaders continue to carry out their respective duties regardless of their extreme satire.

Keywords: *Political satire, Internet trolling, Facebook, political communication, election.*

PENGENALAN

Pada masa kini Internet sebagai sistem rangkaian global dunia merupakan sebuah sistem yang amat penting di seluruh dunia. Malaysia juga tidak ketinggalan dalam penggunaan sistem tersebut. Seiring dengan perkembangan penggunaan Internet di Malaysia, rakyat Malaysia dilihat begitu aktif menggunakan Internet untuk mencari maklumat, akses kepada media sosial dan hiburan (SKMM, 2014, hlm.25).

Potensi Internet untuk menjejaki pengguna baru sama ada dari segi kewangan atau idea baru sedang berkembang hebat di seluruh Asia Pasifik. Di Asia Pasifik khususnya Malaysia telah menyaksikan pembangunan infrastruktur teknologi maklumat dan komunikasi secara pesat yang menjadikan rantau Asia Pasifik sebagai pendokong kuat kepada perkembangan teknologi maklumat yang melahirkan ramai pengguna dan pengusaha baru di alam maya (Ramcharan, 2013, hlm.4). Penggunaan Internet secara meluas telah berjaya melahirkan satu bentuk pendekatan media baharu yang disebut sebagai media alternatif. Laporan bertajuk *Malaysia profile – Media* oleh *BBC News* pada 28 Oktober 2015 melaporkan bahawa Internet di Malaysia telah menjadi landasan perbincangan dan ruangan untuk mendedahkan skandal politik, terutamanya kes rasuah. Pendedahan ini seterusnya telah menyebabkan rakyat Malaysia semakin aktif dalam mengakses masuk ke dalam ruang maya untuk mencari maklumat. Secara tidak langsung mereka telah terlibat dalam perbincangan politik yang disebut sebagai komunikasi politik.

Komunikasi politik bermaksud, perbincangan tulen tentang peruntukan sumber awam (pendapatan), pihak berkuasa rasmi (yang diberi kuasa untuk membuat keputusan undang-undang, perundangan dan eksekutif), dan sekatan rasmi (ganjaran atau dendaan negara) (Denton & Woodward, 1998). Definisi ini dilihat sejajar dengan bentuk-bentuk komunikasi politik yang boleh ditemui dalam laman sesawang dan blog tertentu di Malaysia. Sebagai contoh, maklumat berkaitan isu 1Malaysia Development Berhad dalam laman sesawang *Malaysia Kini*, yang bertajuk '*New 1MDB board must find out what happened to US\$7 billion*' yang ditulis pada 1 Jun 2016.

Sebenarnya, partisipasi dalam komunikasi politik ini dilihat seiring dengan prinsip demokrasi yang diamalkan di Malaysia. Pendekatan yang digunakan oleh masyarakat Malaysia pula telah menjadikannya lebih menarik. Hal ini berikutan dengan penggunaan aplikasi media sosial yang lebih meluas dalam kalangan pengguna Internet.

Aplikasi media sosial seperti *Facebook* dan *Twitter* merupakan contoh media alternatif popular yang digunakan oleh masyarakat Malaysia. Penggunaan media sosial, bukan sahaja popular dalam kalangan masyarakat malahan dalam kalangan pemimpin politik juga. Kebanyakan pemimpin politik memiliki akaun media sosial mereka sendiri. Hal ini memudahkan interaksi antara kedua-dua aktor politik, iaitu pemimpin dan rakyat.

Kajian yang dibuat oleh Suruhanjaya Komunikasi dan Multimedia Malaysia (SKMM) yang bertajuk, *Internet Users Survey 2014* menunjukkan bahawa akses kepada media sosial dan partisipasi dalam komuniti atas talian berada di kedudukan kedua selepas mendapatkan maklumat dalam senarai “perkara yang dibuat atas talian (*to-do-list*)”. Aplikasi *Facebook* pula berada dalam senarai aplikasi media sosial paling ramai pengguna (SKMM, 2014). Perkembangan penggunaan media sosial ini seterusnya membentuk satu kaedah komunikasi politik, iaitu satira politik melalui Internet trolling.

Persoalannya apakah itu Internet *trolling*? Mengikut akhbar *The Sun* di United Kingdom pada 24 Ogos 2017, menjelaskan bahawa “*troll*” ini adalah slanga yang merujuk kepada seseorang yang secara sengaja memulakan pertelingkahan di Internet bagi tujuan provokasi bagi menarik reaksi daripada individual atau kumpulan terhadap provokasi tersebut. Ianya boleh jadi dimulakan dengan perdebatan sihat, namun kemudian menjadi pertelingkahan di ruang maya yang diviralkan. Di dalam politik, *trolling* ini yang boleh dibuat dalam bentuk satira juga digunakan bagi mendapatkan reaksi politik di pihak pemerintah mahupun pembangkang. Di dalam dunia tanpa sempadan dan kawalan, Internet telah dijadikan medan untuk ramai pengguna Internet untuk melancarkan *trolling* ke atas ahli dan badan politik yang mereka sukai dan juga benci bagi menyampaikan maksud dan idea politik tertentu (Griffiths, 2017).

Justeru, matlamat artikel ini adalah untuk mengenalpasti keberkesanan *trolling* politik dalam membentuk pandangan terhadap pemimpin politik, melihat kesan *trolling* politik dalam membentuk sokongan kepada pemimpin politik dan parti politik serta peranan *trolling* politik sebagai indikator pengetahuan politik masyarakat di Malaysia.

SATIRA POLITIK DAN *INTERNET TROLLING*

Konsep satira ini bukanlah satu konsep baharu. Namun, pendekatan melalui Internet trolling itu yang menjadikannya bersifat kontemporari. Amalan konsep ini berasal daripada masyarakat Roman purba dan disebut sebagai *satura*. Dalam bahasa Inggeris pula, satira disebut sebagai *satire*, yang berasal daripada perkataan Latin. Satira secara amnya dapat dijelaskan sebagai satu bentuk seni yang mempunyai dua elemen iaitu, jenaka dan kritik. Penggunaan satira dalam politik sebenarnya meluas dalam kebanyakan negara di dunia. Pendekatan yang digunakan untuk setiap negara itu mungkin berbeza, namun asasnya tetap sama; memaparkan imej yang negatif (Rill et al., 2013).

Penggunaan satira di Malaysia bermula sekitar akhir tahun 70-an. Penggunaan satira yang digunakan pada masa itu begitu dekat dengan budaya Melayu, misalnya melalui pendekatan peribahasa, teka-teki, permainan, perumpamaan dan sebagainya untuk menyampaikan satira (Provencher, 1990). Setelah hampir 40 tahun, penggunaan satira diterjemah dalam pelbagai bentuk, misalnya berbentuk digital dan dapat diakses secara atas talian. Sungguhpun zaman kian berubah, masih terdapat satirawan Malaysia yang menyampaikan mesej politik dalam satira mereka secara tradisional. Contohnya, Zulkiflee SM Anwar Ulhaque atau lebih dikenali sebagai Zunar. Zunar merupakan seorang kartunis politik. Beliau banyak menghasilkan kartun yang sinis terhadap kerajaan. Karya-karya beliau merupakan karya satira.

Sejak sekitar akhir tahun 70-an hingga ke alaf ini, satira di Malaysia menjalani proses evolusi. Contoh bentuk satira yang popular pada hari ini adalah Internet *trolling*. Internet *trolling* merupakan satu lagi genre baharu berasaskan jenaka yang bersifat sinis, selain daripada parodi. Konsep ini digunakan untuk menjelaskan tindakan memuatnaik kandungan yang berbentuk provokasi dan menyinggung dalam ruangan Internet. *Trolling* terhasil dalam

ruangan perbincangan atau papan mesej apabila pengguna sengaja memuatnaik informasi yang kurang tepat dan secara berlebihan dengan niat untuk memprovokasi tindakbalas pengguna lain.

Trolling ini juga bergandingan dengan satu lagi bentuk interaksi, iaitu, “*flaming*”. *Flaming* adalah tindakan memuatnaik komen atau mesej secara atas talian untuk menyemarakkan keadaan tertentu dengan sengaja. Paparan ini biasanya memanaskan keadaan, menghina atau merendahkan, dan mencabar nilai atau kesahihan sesebuah kumpulan atau individu dan/atau pandangan mereka. Sungguhpun bentuknya berbeza, namun keduanya memiliki ciri-ciri yang sama (Merritt, 2012).

Trolling politik di Malaysia lazimnya dapat diakses melalui pelbagai aplikasi terutama sekali *Facebook*. Aktiviti memuatnaik ini menjadi semakin rancak apabila terdapat laman *Facebook* khusus tentang aktiviti ini. Proses penulatan bahan trolling tersebut menjadi mudah dan pantas dengan terdapatnya butang “perkongsian” yang tersedia dalam aplikasi *Facebook* tersebut. Antara contoh laman tersebut adalah *Troll Politics* yang pernah dihasilkan pada 1 Mei 2012 seperti Rajah 1 di bawah:



Rajah 1: Contoh laman trolling politik (Sumber: www.facebook.com/TrollPoliticsMalaysia/timeline).

Berikut pula merupakan contoh *trolling* politik berserta dengan komen (respon) penonton/pengguna *Facebook* yang boleh ditemui dalam laman *Troll Politics* seperti yang ditunjukkan di Rajah 2:



Rajah 2: Contoh muatnaik gambar trolling politik (Sumber: www.facebook.com/TrollPoliticsMalaysia/photos/a.371280916257683.102723.370632612989180/1112415132144254/?type=3&theater).

LATAR BELAKANG KAJIAN

Berdasarkan pemerhatian, aktiviti *trolling* politik semakin menular dalam rangkaian media sosial. *Trolling* politik ini bukan sahaja boleh diakses melalui *Facebook*, *Twitter* dan rangkaian media sosial lain malahan aplikasi *WhatsApp* yang boleh dimuat turun dalam telefon pintar. Hal ini menunjukkan bahawa fenomena ini bukan sesuatu yang asing dalam kalangan masyarakat di Malaysia. Namun, kajian berkenaan *trolling* politik sukar untuk didapati. Kajian yang membincangkan isu *trolling* politik kebanyakannya adalah dalam bentuk laporan berita dan *blog*.

Kajian mengenai satira politik telah dijalankan ke atas banyak negara. Antara kajian tersebut adalah *Funny, Ha-Ha: The Impact of User-Generated Political Satire on Political Attitudes* oleh Rill dan Christopher (2013) di Amerika Syarikat, *The impact of online user-generated satire on young people's political attitudes: Testing the moderating role of knowledge and discussion* oleh Lee (2014) di Hong Kong dan banyak lagi. Rata-rata satira politik ini memaparkan imej yang negatif. Kenyataan ini disokong melalui kajian *Funny, Ha-Ha: The Impact of User-Generated Political Satire on Political Attitudes*, premis asas satira menekankan aspek-aspek sasaran negatif dan gambaran negatif. Ini boleh menjejaskan perasaan penonton untuk menjadi lebih sinis terhadap ahli politik (Rillet al., 2013). Kesan satira pula bergantung kepada pengetahuan politik penonton. Kajian yang dijalankan di Hong Kong telah menunjukkan bahawa hubungan satira akan menjadi lemah sekiranya penonton mempunyai pengetahuan politik, misalnya, "terbiasa" dengan seseorang ahli politik. Hal ini demikian kerana, individu yang berpengetahuan akan menapis satira tersebut dengan maklumat politik yang sedia ada dalam minda mereka (Lee, 2014). Kajian yang dijalankan di Switzerland turut menunjukkan bahawa pengetahuan politik memberi kesan terhadap penerimaan satira. Menariknya, dapatan kajian menjelaskan bahawa penonton yang mempunyai pengetahuan politik cenderung untuk memandang pemimpin ke arah yang lebih negatif (Matthes et al., 2011).

Justeru, satira ini akan terhasil selepas berlakunya isu-isu tertentu atau kenyataan daripada pemimpin politik. Berdasarkan pemerhatian yang dibuat menerusi *trolling* politik di Malaysia, satirawan Malaysia turut menghasilkan *trolling* politik berikutan isu yang terjadi

atau kenyataan oleh pemimpin politik. Berdasarkan permasalahan yang ditemui, artikel ini akan membincangkan kesan satira politik mengikut tahap pengetahuan politik seseorang itu di Malaysia. Artikel ini juga akan melihat sejauh mana *troll* politik berperanan sebagai alat komunikasi politik dalam kalangan masyarakat Malaysia.

PERBINCANGAN TEORITIKAL

Bagi mewujudkan keseimbangan, pendekatan teori mobilisasi sosial digunakan untuk melihat media sebagai sebuah medium yang positif. Teori mobilisasi menyediakan satu lensa yang baharu tentang landskap media moden pada hari ini. Teori ini menunjukkan kontradiksi yang ketara dengan teori *media malaise*. Teori mobilisasi ini menghujahkan tentang gabungan peningkatan tahap pendidikan dengan kemudahan untuk mengakses maklumat politik yang akhirnya memobilisasikan rakyat, dari segi kognitif dan tingkahlaku.

Inglehart (1970) dalam Kenneth Newton (1999) mendakwa peningkatan tahap mobilisasi kognitif merupakan ciri utama dalam politik moden yang dikaitkan dengan peningkatan tahap partisipasi politik, perbincangan politik, informasi politik dan kesedaran politik dalam kalangan masyarakat. Teori ini turut mendakwa bahawa berlakunya peningkatan kualiti kehidupan seiring dengan peningkatan bahan dan piawai budaya. Masyarakat mula bergantung kepada media kerana media menjadi satu alat yang berkuasa untuk menyalurkan maklumat politik. Teori ini memberikan pandangan daripada sisi yang bertentangan dengan *media malaise*. Teori ini turut menjelaskan pengetahuan politik dapat diakses melalui media. Hal ini seterusnya akan meningkatkan tahap partisipasi politik dalam kalangan masyarakat. Partisipasi boleh dilakukan melalui komunikasi politik. Perkara ini menguatkan demokrasi dan bukannya melemahkan seperti yang dinyatakan dalam teori *media malaise*.

Penulis juga memilih satu lagi teori yang mendokong situasi penonton sebagai pemilih media yang ingin mereka gunakan. Teori penggunaan dan kepuasan media menyediakan satu kerangka yang menjelaskan motivasi pengguna terhadap penggunaan media. Teori ini juga menerangkan dari perspektif psikologi komunikasi yang meneliti bagaimana seseorang individu menggunakan media. Asas utama dalam teori ini adalah pengguna aktif. Sekiranya individu memenuhi keperluan mereka ini, mereka akan memperolehi kepuasan. Perkara ini dilakarkan oleh Rosengren (1974) dalam Paparacharissi (2009,p.138) melalui model penggunaan dan kepuasan yang memberi penjelasan berkaitan komponen asal teori ini dan menjalinkan perkaitan antaranya.

Konsep Komunikasi Politik

Berdasarkan teori tersebut, media mempunyai hubungan yang berpengaruh terhadap pengguna/penonton. Pengaruh tersebut dilihat boleh membawa kepada berlakunya komunikasi politik ataupun sebaliknya. Buku *An Introduction to Political Communication* menjelaskan maksud komunikasi politik iaitu satu perbincangan asli tentang pengagihan sumber oleh pihak berkuasa yang sah iaitu badan legislatif dan badan pembuat keputusan iaitu badan eksekutif (Brian, 2003). Komunikasi ini termasuk secara lisan, retorik politik bertulis dan juga tanda paralinguistik seperti bahasa tubuh. Tindakan politik seperti boikot dan protes juga dilihat sebagai bentuk komunikasi politik. Penulis menyenaraikan beberapa konteks komunikasi politik yang sebenar. Pertama sekali, penulis menegaskan bahawa sumber komunikasi itu bukan komunikasi politik sebaliknya kandungan dan sebab sesebuah komunikasi itu. Seterusnya, sebarang bentuk komunikasi yang dilakukan oleh ahli politik dan aktor politik untuk mencapai objektif tertentu juga dianggap sebagai komunikasi politik. Hal

yang sama turut diaplikasi kepada komunikasi sekumpulan individu yang bukan ahli politik, seperti pengundi dan kolumnis akhbar kepada aktor politik tertentu.

Komunikasi yang dianggap sebagai komunikasi politik adalah tentang aktor politik dan aktiviti yang dijalankan olehnya, seperti yang terkandung dalam laporan berita dan jenis bentuk media yang membahaskan tentang politik. Penulis turut menekankan bahawa deskripsi fizikal seperti cara berpakaian, solekan, gaya rambut, reka bentuk logo dan sebagainya turut dianggap sebagai imej politik dan identiti yang boleh dibahaskan dan dianggap sebagai komunikasi politik (Brian, 2003). Beliau turut menyenaraikan enam aktor politik iaitu, parti politik, organisasi awam, kumpulan pendesak, organisasi penganas, penonton dan media. Sungguhpun begitu, hanya tiga aktor dipilih untuk diuraikan dalam artikel ini. Hal ini demikian kerana, terdapat senarai aktor politik yang tidak relevan dengan perbincangan artikel ini.

Konsep Satira Politik

Menurut Msimang (2016) dalam *Decolonising satire: The history and future of political humour in South Africa* menjelaskan bahawa satira adalah campuran antara komedi dan tragedi. Satira kadangkala memaparkan imbasan bodoh dan tidak masuk akal namun satira boleh menjadi satu kaedah yang hebat serta dapat menghasilkan situasi panik dalam sesebuah masyarakat. Satira yang baik dapat dimanfaatkan dengan ketawa bersama, tetapi dalam masa yang sama mempersendakan sasaran mereka. Elemen jenaka yang terkandung dalam satira telah menyebabkan penggunaannya kekal sebelum mereka yang berkuasa sedar akan kebolehannya. Dalam kebanyakan masyarakat, satira membuka ruang baharu. Pembukaan ruang ini menjadi suntikan kepada pemecahan sisi radikal seseorang. Dalam masyarakat yang memang pada asalnya sudah berpecah-belah, satira boleh mencerminkan kecenderungan mereka yang sudah memegang kuasa budaya dan ekonomi (Msimang, 2016).

Tulisan Rill et al., (2013) menjelaskan bahawa satira memberi penekanan tentang peristiwa tertentu. Peristiwa ini kadangkala merangkumi kekejaman dan menekankan aspek negatif pada setiap masa. Pelbagai rancangan televisyen yang mengetengahkan rangka satira sebagai cara untuk membincangkan isu politik. Satira politik juga dikatakan dapat meningkatkan penglibatan dan keberkesanan penonton mengenai politik. Satira politik ini turut berperanan untuk menghasilkan perubahan negatif kepada persepsi penonton terhadap cadangan kerajaan. Sungguhpun begitu, satira dikatakan sebagai satu bentuk komunikasi yang kabur.

Satira di Malaysia dikatakan mula tersebar melalui penghasilan majalah yang berunsurkan satira. Majalah jenaka Melayu mula diterbitkan sekitar tahun 1978, seiring dengan perkembangan golongan kelas pertengahan dalam kalangan masyarakat Melayu. Majalah jenaka Melayu ini mendapat inspirasi daripada karya satira Amerika Syarikat yang bertajuk *Mad*, yang mula mendapat perhatian ramai sekitar penghujung tahun 60-an dan awal tahun 70-an. Masyarakat Melayu begitu tertarik dengan komik *Mad* tersebut kerana kandungannya yang mengkritik budaya barat. Hal ini berkaitan dengan situasi semasa pada ketika itu. Malaysia telah diperkenalkan dengan pelbagai program pembangunan ekonomi dan pendidikan berasaskan idea barat. Rentetan itu, beberapa artis Melayu mendapat idea untuk mewujudkan karya lebih kurang sama dengan *Mad*, memandangkan komik tersebut mendapat sambutan yang baik dalam kalangan masyarakat Melayu.

Antara tahun 1975 dan 1976, lima orang kartunis yang bekerja sebagai penulis dan artis, di Dewan Bahasa dan Pustaka bekerjasama menubuhkan syarikat majalah jenaka Melayu pertama yang dinamakan sebagai *Creative Enterprise*. Rentetan itu, pada 1 April 1978, isu pertama majalah Gila-Gila telah dilancarkan. Sebanyak 10,000 salinan telah dicetak dan berjaya dijual dalam tempoh seminggu. Selepas beberapa bulan Gila-Gila diterbitkan dan dijual di pasaran, muncul pula pesaing iaitu Gelihati. Selepas itu, karya-karya baharu berkaitan satira semakin banyak dikeluarkan, seperti Batu-API, Humor, Komedi dan Toyol yang muncul pada tahun 1984. Pada tahun 1987 pula, satira politik ini berkembang daripada majalah kepada akhbar jenaka, iaitu Warta Jenaka (Provencher, 1990, hlm.7).

Di dalam media penyiaran sebelum ini terdapat juga komen-komen sensasi khususnya yang berciri politik dan keagamaan yang menyebabkan rancangan-rancangan tersebut digantung penyiarannya. Misalnya rancangan "Sensasi" yang diterbitkan oleh TV3 pernah dihalang penyiarannya oleh Suruhanjaya Komunikasi dan Multimedia kerana terdapatnya komen-komen kontroversi mengenai isteri Nabi Muhammad S.A.W. Jadi satira politik juga terdapatnya keterbatasan yang tidak harus dilangkau oleh pelbagai pihak (Mohd Azizuddin & Dian Diana, 2011, hlm.38).

METODOLOGI KAJIAN

Kajian ini telah dijalankan pada tahun 2016. Reka bentuk kajian ini adalah berdasarkan sorotan kajian dan pembacaan teori. Latar belakang sorotan kajian membentuk latar belakang kajian. Penulis mendapat idea reka bentuk utama kajian ini berdasarkan kajian yang telah dijalankan oleh Botha (2014), *A means to an end: Using political satire to go viral*. Kajian tersebut telah menggunakan kaedah analisis kandungan untuk menganalisis komen yang diperolehi daripada medium analisis, *YouTube*. Kajian tersebut turut menggunakan kaedah tinjauan untuk menapis dapatan kajian analisis kandungan tersebut.

Kaedah yang digunakan dalam kajian ini adalah analisis kandungan kualitatif. Kaedah ini dipilih bersesuaian dengan matlamat penulis untuk menganalisis reaksi pengguna media sosial *Facebook* terhadap satira politik dalam bentuk Internet *trolling* yang dimuatnaik oleh satirawan (*trolls*) dalam laman tertentu. Penulis juga mengaplikasikan kaedah etnografi dalam talian. Hal ini demikian kerana, penulis menjalankan pemerhatian terhadap kenyataan-kenyataan yang dibuat ruangan komen media sosial, *Facebook* sebelum melakukan proses analisis.

Kaedah kajian ini terdiri daripada lima proses, iaitu pemilihan medium analisis, persampelan, koding, analisis dan interpretasi. (1) Pemilihan medium analisis, penulis telah memilih *Facebook* sebagai medium analisis. Kajian yang dijalankan oleh SKMM pada tahun 2014 telah mendapati bahawa *Facebook* merupakan aplikasi media sosial tertinggi digunakan dalam kalangan rakyat Malaysia. Hal ini menjadi salah satu faktor penguat pemilihan tersebut. Batasan jumlah perkataan dalam ruangan balas aplikasi *Twitter* pula membataskan matlamat pengkaji untuk melihat bentuk perbincangan politik itu secara menyeluruh.

Trolling politik merupakan sampel kajian. Bagi mendapatkan hasil kajian yang bersifat kontemporari, proses (2) persampelan tersebut telah menggunakan latar masa *trolling* politik yang dimuatnaik pada tahun 2015 dan 2016. Penulis juga cuba meminimumkan bias pilihan *trolling* politik (sampel) dengan menyenaraikan ciri-ciri tertentu. *Trolling* politik tersebut perlu melibatkan pemimpin daripada kedua-dua belah pihak, iaitu satu dari pihak kerajaan dan satu lagi daripada pihak pembangkang. *Trolling* politik tersebut pula adalah berasaskan skandal politik yang dikaitkan dengan pemimpin

kedua-dua belah pihak tersebut. Ciri-ciri ini dicipta bertujuan untuk memastikan keseimbangan matlamat kajian yang menekankan tentang pandangan dan sokongan terhadap pemimpin politik dan pengetahuan politik masyarakat. Bagi mencipta keseimbangan, penulis turut memilih satu lagi *trolling* politik yang latar imejnya terdiri daripada ramai pemimpin daripada kedua-dua belah pihak. *Trolling* politik ini berfungsi untuk menyokong dan menstabilkan dapatan analisis *trolling* politik satu dan dua. Seterusnya penulis akan menganalisis komen sebagai unit pemerhatian. Unit pemerhatian ini adalah unit informasi kecil yang dikendalikan oleh penulis untuk menjawab persoalan kajian.

Semasa proses (3) koding, penulis akan membaca kesemua komen daripada ketiga-tiga *trolling* politik yang dipilih. Pada akhir pembacaan, pengkaji akan menyenaraikan maklumat yang penting dan signifikan untuk rujukan penulis. Proses yang sama akan diulang. Namun, kali ini penulis akan membuat nota yang berkaitan pada setiap komen yang ditinggalkan. Semasa proses ini dibuat, penulis akan dapat mengenalpasti kata kunci yang digunakan oleh individu yang meninggalkan komen tersebut. Proses ini membantu penulis untuk mengenalpasti beberapa tema yang relevan berkaitan *trolling* politik tersebut. Pengenalpastian tema ini disebut sebagai proses koding. Penulis mewarnakan kata kunci yang berulang-ulang dalam kebanyakan komen. Penulis seterusnya mengklasifikasikan kata kunci tersebut sebagai tema. Di bawah setiap tema pula terkandung konsep-konsep yang mempunyai makna yang hampir sama dan berkaitan dengan tema tertentu. Hal ini memudahkan penulis untuk proses berikutnya. Bagi memantapkan lagi proses koding ini, penulis akan menganalisis semula kod-kod (konsep) yang telah dikenalpasti dan disenaraikan. Hal ini bertujuan untuk menjelaskan semula agar tidak ada pertindihan antara kod yang telah dikelaskan. Justeru, proses ini akan menjadi indikator kepada pengkaji untuk melihat hubungan antara kod-kod tersebut. Hubungan ini disebut sebagai semantik.

Dalam proses (4) analisis pula, penulis menggunakan kaedah analisis tematik. Analisis ini merupakan tindakan penilaian lanjut yang terhasil daripada kod utama yang dibina semasa proses koding. Semasa proses analisis ini juga akan muncul pelbagai jenis tema. Ada antara tema yang telah melalui proses koding dan analisis berkait rapat dengan fokus kajian yang dijalankan. Semasa proses analisis tematik dijalankan, penulis akan dapat menjana pandangan konseptual umum berkaitan dengan data yang diperolehi. Penulis akan menggariskan hubungan antara konsep dan kategori yang dibina. Penulis juga akan dapat mengaitkan kategori-kategori tersebut dengan sorotan kajian yang telah dibuat.

Penulis memberikan penekanan semasa menjalankan proses (5) interpretasi. Hal ini bersesuaian dengan pernyataan tentang kesahan sesuatu kajian itu akan diukur berdasarkan integriti kesimpulan kajian yang dibuat (Bryman, 2012, hlm.47). Dalam objektif kajian, penulis ada menyatakan untuk melihat kesan *trolling* politik ke atas pembentukan pandangan terhadap pemimpin. Namun berdasarkan analisis kajian yang dibuat, penulis bukan sahaja ingin mengenalpasti sokongan pengguna terhadap pimpinan yang mana, malahan menginterpretasikan pandangan mereka terhadap pemimpin dan politik secara amnya melalui komen-komen yang ditinggalkan.

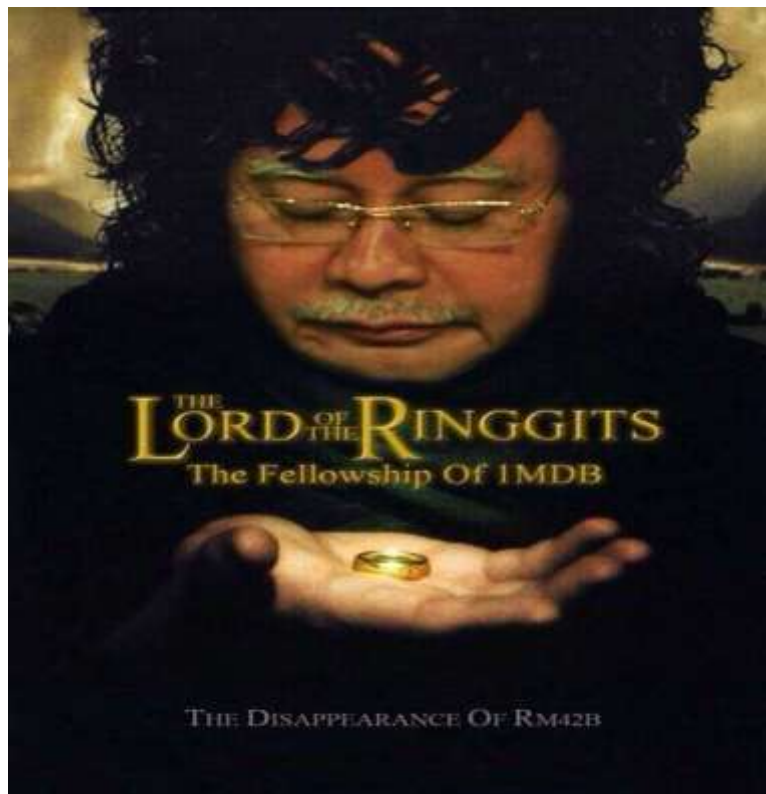
Kaedah yang digunakan penulis semasa menjalankan kajian ini bersifat tidak mengganggu (*unobstrusive*). Pandangan yang diperolehi melalui komen tersebut merupakan pandangan peribadi masing-masing. Penulis tidak mengenakan paksaan ke atas mana-mana partisipan untuk menjawab persoalan kajian. Kaedah analisis kandungan ini juga sebuah kaedah yang fleksibel ke atas semua jenis media. Fleksibiliti ini membolehkan penulis untuk memungut data sekadar melalui pemerhatian dan analisis yang dibuat pada skrin komputer.

ANALISIS SATIRA DALAM *INTERNET TROLLING*

Hasil analisis ini dibincangkan berdasarkan tiga sampel satira politik yang dipilih:

Trolling politik 1 di Rajah 3 menunjukkan imej pemimpin kerajaan, Dato' Seri Najib Tun Abd Razak. Internet *trolling* yang menggunakan imej beliau ini telah dimuatnaik pada 8 Julai 2015. Kapsyen yang diletakkan bersama-sama dengan gambar tersebut adalah, "*The Lord Of The Ringgits - The Fellowship of 1MDB (Now Showing)*". Isu yang dipaparkan dalam *trolling* politik ini adalah berkenaan dengan 1MDB. 1MDB atau *1Malaysia Development Berhad* merupakan sebuah syarikat inisiatif yang membantu kerajaan untuk meningkatkan taraf Malaysia ke arah sebuah negara maju yang kompetitif, mampan dan menyeluruh. Dato' Seri Najib Tun Razak memegang jawatan sebagai pengerusi dalam badan penasihat 1MDB.

Tema *trolling* politik ini diinspirasi daripada filem Hollywood, *The Lord of the Rings*. Imej memaparkan figura Dato' Seri Najib memegang cincin. Signifikan cincin itu dipilih disebabkan spekulasi yang mengaitkan Datin Seri Paduka Rosmah Mansor, isteri kepada Perdana Menteri Malaysia yang membeli cincin berharga RM42 juta dengan menggunakan dana kerajaan. Spekulasi ini seiring dengan tema filem yang digunakan. Dalam gambar tersebut turut diletakkan satu potongan ayat "*The Disappearance of RM42b*". Ayat ini pula dikaitkan dengan isu hutang yang terhasil menerusi pinjaman yang dibuat oleh ahli lembaga pengarah 1MDB. *Trolling* politik ini telah mendapat sebanyak 914 *likes*, 617 perkongsian dan 50 komen setakat pemerhatian dibuat pada tahun 2016. Sumber *trolling* politik ini diambil daripada laman *FunnyMalaysia*.



Rajah 3: Trolling politik 1

(Sumber: www.facebook.com/FunnyMalaysia/photos/a.425657820843245.96686.425331674209193/846516945423995/?type=3&theater).

Tema utama yang muncul dalam komen adalah "filem". Namun begitu, terdapat pelbagai konsep lain yang berkaitan digunakan dalam tema tersebut. Misalnya, "box office", "kedai CD dah jual?!", "for sure i watch!", "When can we download.?", "Time for Atmos D-box" dan bermacam-macam lagi. Tema lain yang kerap muncul seiring dengan tema "filem" adalah tema "ketawa" dengan kehadiran komen-komen seperti "muahahahaa", "Lo!", "gahahahaha this xD" dan sebagainya.

Tema lain pula seperti "cincin", "Perdana Menteri" dan "ringgit". Sungguhpun ketiga-tiga tema ini tidak muncul sekerap tema filem dan ketawa, hasil kajian mendapati tema-tema ini mempunyai perkaitan (*semantic*) antara satu sama lain. Contohnya boleh dilihat dalam tema cincin, "change the ring to our new 20cents and 50 cents pls... haha". Komen tersebut memberi pandangan kepada satirawan agar menukarkan imej cincin tersebut kepada wang RM0.20 dan RM0.50. Pada akhir komen tersebut, individu tersebut "ketawa". Hal ini menunjukkan ungkapan tersebut sekadar gurauan. Walaupun komen tersebut menunjukkan hubungan semantik antara tema cincin, tema ringgit dan tema ketawa, namun tiada makna yang tersirat di sebaliknya berbanding dengan komen seperti, "Cincin tu patut letak cincin Rosmah tu.." *Internet trolling* yang dipaparkan tidak menerangkan tentang pemilik cincin tersebut. Akan tetapi, pengguna ini telah mengaplikasikan "pengetahuan politik" beliau dengan *trolling* politik yang dimuatnaik.

Tema seterusnya adalah tema Perdana Menteri. Hanya terdapat dua sahaja komen berkaitan dengan tema ini, iaitu "you are the best pm ever". "You" dalam komen ini merujuk kepada Dato' Seri Najib Tun Razak, manakala "pm" merujuk beliau sebagai Perdana Menteri. Komen ini secara tersurat (*manifest*) membawa maksud pengguna tersebut memberi pujian kepada beliau. Namun begitu, paparan *trolling* politik tersebut memberi gambaran yang negatif terhadap Perdana Menteri. Hal ini menyebabkan pengkaji mengalami kesukaran untuk membuktikan bahawa komen tersebut memang berniat sedemikian ataupun secara ironi.

"I went for first show. I gotta say good acting jibby, good acting.#JibbyForOscar". "Jibby" dalam komen tersebut merujuk kepada Dato' Seri Najib Tun Razak. Komen kedua ini menunjukkan hubungan semantik. Pengguna tersebut mengatakan bahawa beliau pergi pada hari pertama tayangan filem tersebut dan memuji Dato' Seri Najib Tun Razak kerana "berlakon dengan baik". Komen ini jelas menunjukkan bahawa pengguna tersebut mempunyai maksud yang tersirat. Hal ini dapat dijelaskan berdasarkan dua perkara, (i) *trolling* politik tersebut tidak ditayangkan di mana-mana pawagam, maka beliau tidak pergi menontonnya (ii) Perdana Menteri bukan seorang pelakon, justeru komen "#JibbyForOscar" dilihat mempunyai makna yang tersirat yang cuba diinterpretasikan oleh individu tersebut. Hal ini ditambah lagi dengan pujian beliau terhadap lakonan Perdana Menteri.

Tema terakhir adalah tema ringgit. Contoh komen adalah "suppose be the lose of the ringgits, haha (sepatutnya the lose of the ringgits, haha)" dan "The expensive movie ever made. Rm700billion". Kedua-dua komen ini mempunyai perkaitan (*semantic*) antara dua tema. Kedua-dua komen ini turut mempunyai makna tersirat. Komen yang pertama mencadangkan bahawa kandungan *trolling* tersebut sepatutnya menggunakan ayat yang membawa maksud "kehilangan sejumlah wang (ringgit)". Manakala komen kedua memberi pandangan bahawa "filem tersebut merupakan filem termahal yang pernah dihasilkan, yang berjumlah RM700 billion". Jumlah tersebut dilihat tidak dipaparkan pada *trolling* politik tersebut. Justeru pengetahuan politik pengguna tersebut sekali gus mengaitkan kaitan jumlah wang tersebut dengan wang sebanyak RM700 million bersamaan dengan RM2.6 billion yang dikatakan sebagai derma daripada kerabat diraja Arab Saudi.

Hasil analisis *trolling* politik 1 tidak menunjukkan kecenderungan pengguna untuk menyokong pemimpin yang digunakan sebagai bahan satira tersebut. Kebanyakan komen menganggap *trolling* politik tersebut hanya sebagai bahan jenaka. Tambahan pula, komen berkaitan *trolling* politik 1 ini agak sedikit. Hal ini menyebabkan kecenderungan negatif yang dilihat berdasarkan tema-tema lain yang muncul dalam *trolling* politik tidak dapat digeneralisasikan.

Namun begitu, pengkaji mendapati bahawa teori penggunaan dan kepuasan dapat diaplikasikan pada *trolling* politik 1 ini. Hal ini demikian kerana, teori tersebut menjelaskan bahawa pemilihan media dalam kalangan pengguna dapat memberi kepuasan kepada mereka (Hasrul Hashim et al., 2011, hlm.149). Justeru kepuasan tersebut adalah dalam bentuk hiburan. Hal ini malahan seiring dengan dapatan kajian oleh SKMM yang mendapati penggunaan Internet kedua tertinggi adalah untuk media sosial dan keempat tertinggi dalam kalangan masyarakat Malaysia adalah untuk mendapatkan hiburan (SKMM, 2014, hlm.25).

Trolling politik 2 menunjukkan imej pemimpin Lim Guan Eng. Beliau merupakan Ketua Menteri Pulau Pinang dan memegang jawatan sebagai Setiausaha Agung parti pembangkang, *Democratic Action Party* (DAP). Internet *trolling* yang membabitkan imej beliau ini telah dimuatnaik pada 26 Mac 2016. Kapsyen yang diletakkan bersama-sama *trolling* politik tersebut adalah *CM Lim Guan Eng bro, sudah2 la tu jadi badut*. Isu yang diketengahkan dalam *trolling* politik ini adalah tentang pembelian rumah jenis banglo pada harga rendah daripada harga pasaran. Wajah beliau dalam *trolling* politik ini disunting sehingga berupa seperti badut. Dalam gambar itu pula diletakkan kenyataan-kenyataan yang dikeluarkan oleh Lim Guan Eng berkaitan isu rumah jenis banglo yang dibelinya. *Trolling* politik ini telah mendapat sebanyak 383 *likes*, 23 perkongsian dan 20 komen sehingga pemerhatian dibuat pada tahun 2016. Sumber *trolling* politik ini diambil daripada laman Tentera Troll Kebangsaan Malaysia.



Rajah 4: Trolling politik 2 (Sumber:

www.facebook.com/tenteratrollkebangsaanmalaysia/photos/a.1510007172562906.1073741828.1509981019232188/1765679280329026/?type=3&theater).

Terdapat banyak tema yang ditemui dalam *trolling* politik kedua seperti dalam Rajah 4 di atas. Lebih kurang enam tema telah dikenalpasti berdasarkan komen yang ditinggalkan oleh pengguna *Facebook*. Tema pertama adalah “rumah”, memandangkan *trolling* ini berkisarkan skandal pembelian rumah jenis banglo Lim Guan Eng. Tema lain adalah seperti “Lim Guan Eng”, “parti”, “undang-undang”, “nilai” serta “kerajaan dan rakyat”.

Konsep-konsep yang ditemui dalam tema parti adalah seperti, “UMNO”, “BN”, “DAP” dan “PAN”. Tema undang-undang pula mengandungi konsep-konsep “rasuah”, “mahkamah”, “pengamal undang-undang”, “lawyer”, “SPRM” serta “pecah amanah dan penyelewengan”. Tema nilai pula mengandungi konsep “murah”, “mahal”, “beli”, “jual” dan “harga”. Manakala dalam tema kerajaan dan rakyat pula mengandungi konsep seperti “orang biasa” dan “memerintah”.

Pelbagai jenis pandangan diberikan berikutan *trolling* politik ini. Pengkaji turut menyedari bahawa terdapat perkaitan (*semantic*) antara satu tema dengan tema yang lain dalam senarai komen berkaitan *trolling* politik 2 ini. *Trolling* politik ini turut mencetuskan perdebatan kritikal dalam kalangan pengguna terhadap isu pembelian rumah jenis banglo dengan harga murah tersebut. Misalnya:

1. “Nak beli rumah tak tahu nilai. Macam mana tu. Takkan main beli jer. Org biasa pun nak beli rumah *survey* dulu harga”,
2. “Kpd sesiapa pernah beli rumah *Sub-Sale*... *First thing financial bank* akan buat utk *submit loan* adalah hantar *valuer* utk dpt tahu harga rumah pasaran semasa. Satu lg... Adakah Lim Guan Eng membayar *downpayment* sebanyak RM700k pd owner? Atau 700k “*on paper*” sahaja?... Sbb selalunya apabila beli rumah *Sub-Sale*, *agreement downpayment* hanyalah “*deal*” antara *purchaser & owner*.”
3. “Kita diskus ikut topik yg dibuka admin. Dah tentu beli guna duit kerajaan harga mahal perlu disiasat agensi berkaitan SPRM”.
4. “Jwpm2 yg kita anggap bodoh tu la sbnrnya yg dpt menyelamatkan bila di mahkamah... Bg kita mcm bodoh, tp bg pengamal undg2, tu la jwpm yg terbaik” dan “Sekor bermewah2 dgn duit rakyat, sekor dpt rumah besar dgn harga murah, rakyat jgk yg merana, kos sara hidup mahal, nak bli rmh sekangkang kera pun mahal...”.

Contoh-contoh komen ini menunjukkan kaitan (*semantic*) antara tema, dan tema-tema ini yang menjadi pusat debat dalam kalangan pengguna. Berdasarkan komen-komen tersebut, dapat disimpulkan bahawa tema (rakyat) tidak berpuashati dengan kenyataan yang diberikan oleh tema (Lim Guan Eng). Justeru, mereka turut mengaitkan serta membandingkan situasi tersebut dengan situasi mereka sebagai rakyat dengan menggunakan istilah-istilah seperti “orang biasa” dan “kita”. Berdasarkan *trolling* politik ini juga, kecenderungan sokongan pengguna terhadap ahli politik atau parti pilihan mereka telah dikenalpasti. Contohnya:

1. “Dia kata menteri amno (UMNO) lg kuat rasuah...jd dia baru nk belajar makan rasuah mcm amno...maknya kalau lama dia memerintah maka rasuah dia sama mcm amno..dia lupa siapa pun yg memerintah rasuah tetap salah..hanya penjilat tahap kronik shj yg mengatakan rasuah sikit x salah..byk baru salah..” berbanding,

2. “Saya tak kisah pun kalau betul LGE (Lim Guan Eng) salah penjarakan saja.. tapi siasat dan penjarakan juga yg dlm BN.. terlalu banyak pendedahan kes pecah amanah dan penyelewengan.. bukan nak ubah topik tapi bolehkah seorang menteri hanya menjawab "saya tidak tahu ada penyelewengan”.

Terdapat juga corak komen yang cenderung untuk memilih tidak berpihak pada mana-mana kepimpinan. Kecenderungan tersebut diilustrasikan melalui komen seperti, “*This is a shining example that the DAP is a party that is quickly proving itself hypocritical just like any other.* (Hal ini menjadi contoh yang jelas bahawa DAP juga sebuah parti yang hipokrit sama seperti parti-parti yang lain)” dan “*Last2 diaorg jg yg untung .. X kira parti apa*”.

Sungguhpun hanya terdapat 20 komen berbanding dengan *trolling* politik 1 yang mengandungi 50 komen, debat dalam ruangan *trolling* politik 2 dilihat lebih kritikal dan memberansangkan. Berdasarkan *trolling* ini juga, pengkaji dapat mengenalpasti kecenderungan sokongan oleh pengguna berdasarkan komen yang ditinggalkan. Perbincangan berkenaan pemimpin dalam *trolling* politik 2 bukan sahaja tertakluk kepada pimpinan yang dipaparkan malahan pengguna turut menjalankan perbincangan politik dengan mengaitkan pimpinan daripada parti lain juga. Komunikasi politik seperti ini dalam teori mobilisasi sosial disebut sebagai satu bentuk partisipasi. Menurut teori tersebut, hal seperti ini mengutuhkannya lagi demokrasi dan bukan melemahkan.

Trolling politik yang ketiga ini pula berbeza sedikit cirinya dengan *trolling* politik 1 dan 2. *Trolling* ini melibatkan ramai pemimpin dalam satu gambar. *Trolling* politik ini telah dimuatnaik pada 3 Mei 2016 dengan kapsyen “47.38% Malaysians would see”. Tema *trolling* politik ini diinspirasikan daripada filem *Hollywood, Captain America: Civil War*. Filem ini menceritakan tentang kisah campur tangan politik dalam aktiviti *Avengers* yang menyebabkan persengketaan antara dua sekutu, iaitu, *Captain America* dan *Iron Man*. Satirawan *trolling* politik ini telah mengadaptasikan penceritaan filem ini ke dalam senario politik yang berlaku di Malaysia. Gambar tersebut menunjukkan imej dua bahagian kepimpinan yang diketuai oleh Dato’ Seri Najib Tun Razak (Perdana Menteri Malaysia) dan Tun Dr. Mahathir Mohamad (bekas Perdana Menteri ke-4). Berdiri seiring dengan Perdana Menteri adalah Datin Seri Paduka Rosmah Mansor, Dato’ Seri Dr. Ahmad Zahid Hamidi, YB Khairy Jamaluddin dan Datuk Seri Liow Tiong Lai yang merupakan ahli kerajaan Barisan Nasional.

Pihak satu lagi diketuai oleh bekas Perdana Menteri Malaysia, Tun Dr. Mahathir Mohamad diikuti dengan Tan Sri Muhyiddin Yassin, Dato’ Ambiga Sreenevasan, Dato’ Seri Paduka Mukhriz dan Tun Dr Ling Liong Sik. Barisan ini wujud akibat berlakunya kemelut dalam politik Malaysia. Contohnya, Tan Sri Muhyiddin Yassin, digugurkan daripada jawatannya sebagai Timbalan Perdana Menteri semasa rombakan kabinet pada 28 Julai 2015. Spekulasi tentang pemecatan itu dibuat setelah Tan Sri Muhyiddin Yassin mengeluarkan kenyataan terbuka dan kritikal mengenai pengendalian Perdana Menteri terhadap skandal rasuah yang melibatkan 1Malaysia Development Berhad (1MDB). Peletakan jawatan sebagai Menteri Besar Kedah oleh Dato’ Seri Paduka Mukhriz pula dikatakan berpunca daripada hilangnya sokongan majoriti Dewan Undangan Negeri (DUN).

Pemilihan filem ini, “*Civil War*” atau dalam bahasa Melayu, perang saudara, mempunyai perkaitan dengan Deklarasi Rakyat, Selamatkan Malaysia. Artikel yang bertajuk “Tun Mahathir lancar gerakan bersama pembangkang” yang bertarikh 4 Mac 2016 menjelaskan bahawa bekas Perdana Menteri telah melancarkan gerakan mendesak Dato’

Seri Najib Tun Razak untuk meletak jawatan, setelah usaha menarik sokongan ahli UMNO untuk menolak Perdana Menteri gagal. Majlis memeterai deklarasi itu disertai oleh bekas Timbalan Perdana Menteri, Tan Sri Muhyiddin Yassin; bekas Menteri Besar Kedah, Datuk Seri Mukhriz Mahathir; Veteran UMNO, Tan Sri Sanusi Junid dan juga pihak pembangkang, iaitu Menteri Besar Selangor merangkap Timbalan Presiden PKR, Datuk Seri Mohamed Azmin Ali; Penasihat DAP, Lim Kit Siang; Pengarah Pilihan Raya PAS Pusat, Datuk Mustafa Ali dan Presiden PAN, Mohamad Sabu. Pemimpin-pemimpin yang dahulunya berpihak kepada kerajaan telah melancarkan satu gerakan bersama pemimpin pembangkang dengan dakwaan gerakan ini bukan satu gerakan untuk menjatuhkan Barisan Nasional (BN) dan UMNO, sebaliknya bermatlamat untuk menyingkirkan seorang pemimpin. Perbalahan antara kedua-dua belah pihak ini yang dilihat sebagai perang saudara atau “civil war”. *Trolling* politik ini telah mendapat sebanyak 13,000 *likes*, 7, 831 perkongsian dan 649 komen. Sumber trolling politik pada Rajah 5 diambil daripada laman *9Gag Malaysia*.



Rajah 5: Trolling politik 3 (Sumber:

www.facebook.com/9gag.my/photos/a.300807256634567.64509.300805196634773/1012593252122627/?type=3&theater).

Trolling politik yang ketiga ini mendapat komen paling banyak berbanding dengan *trolling* politik 1 dan 2. Terdapat lima tema yang sering diulang-ulang dalam kebanyakan komen. Manakala tema utama yang berkait dengan kelima-lima tersebut adalah tema “pilih”. Lazimnya juga, dalam setiap komen tema utama akan saling berkait (*semantic*) dengan kelima-lima tema yang lain.

Tema tersebut adalah, “Mahathir”, “Najib” “team”, “ironman”, dan “Captain America”. Di bawah tema Mahathir, pengguna menggunakan juga gelaran-gelaran seperti “Che Det”, “Dr. M”, “Tun M”, “Tun” manakala di bawah tema “Najib”, gelaran “ah jib” dan “jibby” digunakan. Ada juga dalam kalangan pengguna yang menggunakan istilah “cap” dan “captain” dalam tema *Captain America*. Dalam *ironman* pula muncul nama “Stark”, “Tony” yang merupakan nama watak ironman dalam filem *Civil War*. Di bawah tema pilih pula, muncul konsep-konsep seperti “side”, “choose” dan “sokong”.

Disebabkan pengaruh filem tersebut begitu kuat dalam kalangan pengguna, mereka dilihat cenderung membuat pilihan pemimpin dengan mengaitkan nama watak adiwira filem tersebut. Contohnya:

1. “Aku #teamIronMan. Tapi kalau dah poster buat najib dalam *ironman*. Aku terpaksa pilih #teamCheDet.” Dan
2. “#TEAMCHEDET 4 EVER (#KUMPULANCHEDET SELAMANYA)” berbanding,
3. “kalau ikutkan pilih CAPTAIN AMERICA tapi sebab najib iron man terpaksa pilih iron man” dan “I m on Najib Team” (saya dalam kumpulan Najib).

Kedua-dua komen tersebut menunjukkan bahawa mereka pada asalnya telah memihak kepada adiwira pilihan masing-masing. Namun begitu, mereka menukar pilihan tersebut kerana mengikuti pemimpin pilihan masing-masing. Ada pula pengguna yang menjelaskan sebab pilihan mereka dan membuat padanan antara situasi dalam filem dengan pendapat sendiri tentang senario politik melibatkan pemimpin yang dipaparkan dalam *trolling* tersebut. Secara tidak langsung, satira dalam *trolling* politik telah membuka ruang pengguna untuk menunjukkan sokongan terhadap pemimpin pilihan mereka.

1. “I’ll pick team Tun M for this one. Never like the first three on the other team at all.” (saya pilih kumpulan Tun M kali ini. Hal ini kerana saya tidak pernah suka tiga orang pertama dalam kumpulan yang satu lagi) dan
2. “Bg aq mmg najib dduk team iron man sbb crita btul pon iron man nie belagak dan fikir dy btul dgn ego dy lg...mmg sesuai ltak kpala jibby tu..team cap walaupun x skuat iron man tp sbb smgat yg dy ada buat dy mnang dlm ptrgan dy...n aq mmg plih team cap dlm crita asl....so tun m pon diletakkan di team cap...maknya kbnran akan trungkai jga nty...hahahahaha”

Ada pula yang tidak jelas memberi sokongan atau sebaliknya, “So skrg ni aku sokong najib laa drd kecik minat aku dengan *iron man* ?” dan ada pula yang secara terang-terangan tidak menyokong/memilih mana-mana pihak:

1. “Both teams are equally BAD.” (kedua-dua belah pihak sama-sama JAHAT)
2. “I hope they all kill each other and no one survive.” (saya harap mereka saling berbunuhan antara satu sama lain dan tiada yang terselamat)
3. “both r stupid..mnyedihkan..ikot sngt bdaya barat..skang dua2 dh jd bodoh..demokrasi??for fucking sake..” (kedua-duanya bodoh, menyedihkan, terikut-ikut dengan budaya barat. Sekarang dua-dua menjadi bodoh. Demokrasi?Semuanya demi kepentingan mereka..)
4. “Leong Choon Hoong #TeamNeitherOne” (tidak memilih mana-mana pihak) dan “dua2 team aku xsokong..dua2 team tolak Islam terang terangan..~akhir zaman~”.

Berdasarkan senarai komen, terdapat komen yang menggalakkan pengguna lain untuk memberi sokongan kepada pihak lain yang tiada dalam *trolling* politik tersebut. Sebagai contoh:

1. *"No matter which side you on the boss still the same. Vote PAS next time."* (tidak kira pihak yang mana anda berada, pemimpin tetap sama. Undilah PAS)
2. *"I prefer DSAI as the leader for Captain's team ."* (saya pilih DSAI sebagai ketua kumpulan Captain).

Selain daripada keenam-enam tema yang telah dinyatakan, terdapat juga tema lain yang muncul dalam komen-komen tersebut. Tema itu adalah "individu" yang terdiri daripada "Rosmah" dan "Ambiga". Tema lain pula adalah tema "pemimpin" yang terdiri daripada "Lim Kit Siang", "DSAI", "Ahmad Maslan" dan "Nazri". Tema-tema ini berkisar kepada cadangan pengguna untuk memasukkan pemimpin-pemimpin ini ke dalam *troll* politik tersebut. Contoh komen tersebut seperti:

1. *"Where is the hulk...I mean DSAI ??"*
2. *"Should put in Lim Kit Siang as well"* atau *"Lim Kit Si@ng mana?"*
3. *"Nazri mane nazri?"* Atau *"Nazri samseng xde"*

Pilihan dan komen yang ditinggalkan oleh pengguna adalah pelbagai. Justeru, terdapat sokongan/pilihan yang telah dibuat selain daripada bentuk-bentuk yang disenaraikan pada analisis awal. Terdapat juga pengguna yang tidak tahu untuk memilih pihak yang mana satu, seperti yang terdapat pada komen ini:

1. *"saya pun tak tahu nak pilih mana pihak XD".* Dan ada yang ingin menyokong sebuah pihak namun tidak bersetuju dengan individu (tema) tertentu. Misalnya, *"nk sokong chedet tpi ambiga buat spoil.."* atau *"Ambiga ade ak xnk join chedet."* Manakala komen yang berkaitan dengan "Rosmah" pula adalah seperti berikut:
2. *"Wahh... hahahaaa... rosmah mmg menguasai team najib dgn kehidupan terlampau mewahnya yg menjadi ikutan menter12 najib haahaa... But i disagree dgn muka ambiga kt tean Tun chedet sbb tun Dr M tak pnh setuju dgn otak ambiga.."*
3. *"Remember, najib have superwoman aka rosmah. The power of rambut kembang undefeatable.! Hahaha"*.

Akhir sekali, analisis *trolling* politik 3 ini mempunyai makna tersirat dan kritikal terhadap *trolling* yang dimuatnaik. Komen-komen ini juga dilihat tidak menyebelahi mana-mana pihak.

1. *"Don't choose any of them, they not fight for you they fight for them."*
2. *"Nah, in marvel's civil war both teams are good superheroes"*

KESIMPULAN

Berdasarkan sorotan dari kajian-kajian lepas, penulis sedar bahawa satira dalam media sosial ini mampu meninggalkan impak yang besar dalam kemelut politik sesebuah negara. Nigeria misalnya, telah membuktikan bahawa satira yang tersebar luas dalam media sosial

Facebook boleh menyebabkan pemimpin bertindak untuk melepaskan jawatan. Menteri Sumber Petroleum Nigeria, Ibe Kachikwu mengumumkan perletakan jawatan.

Bagi Malaysia, sebuah negara yang kedudukan kawalan kebebasan media yang jauh lebih baik berbanding negara jiran seperti Singapura dan Thailand, satira dilihat masih belum mampu menggoyahkan kedudukan mana-mana pemimpin. Malahan kenyataan yang dikeluarkan oleh Yb Khairy Jamaluddin sendiri menunjukkan bahawa pemimpin di negara ini kebal, walau apapun jenis satira yang digunakan.

Hal ini walau bagaimanapun menarik. Hal ini menjadi satu titik kontradiksi jika dibandingkan dengan keadaan yang berlaku di negara jiran iaitu, Thailand. Laporan yang telah dikeluarkan oleh *Amnesty International* pada 3 Jun 2016, menjelaskan bahawa tentera Thailand telah bertindak menahan seramai lapan orang dalang di sebalik laman satira/*trolling* politik di *Facebook*. Kelapan-lapan orang ini dijadualkan hadir ke mahkamah tentera pada 3 Julai 2016 dan didakwa di bawah Akta Hasutan. Mereka didakwa akan dihadapkan dengan perbicaraan yang tidak adil dan akan dijatuhkan hukuman sekurang-kurangnya 12 tahun penjara.

Hal ini berbeza sekali di Malaysia, kebebasan media dilihat masih boleh dicapai sedangkan perkara yang sama turut terjadi kepada Perdana Menteri Malaysia dan pemimpin-pemimpin lain. Malahan, *trolling* politik ini berguna kepada masyarakat sebagai satu kaedah menyatakan pandangan mereka.

Rakyat dapat menggunakan medium ini sebagai ruangan perbincangan politik. Malahan perkara yang dahulunya satu rahsia seperti undi dan pendapat, kini berubah apabila rakyat menjadi terbuka terhadap pimpinan mana yang menjadi pilihan mereka. Rakyat juga jelas menerangkan sebab sokongan dan sebaliknya. Hal ini secara tidak langsung telah menjadikan rakyat Malaysia sebagai masyarakat yang aktif berpartisipasi dalam aktiviti demokrasi seperti komunikasi politik. Cadangan kajian masa hadapan penulis adalah melakukan kajian ke atas bentuk satira politik lain di Malaysia.

BIODATA

Raja Nurafiqah Raja Zulkifi ialah graduan Jabatan Antropologi dan Sosiologi, Fakulti Sastera dan Sains Sosial, Universiti Malaya. Emel: eyqazulkifli@gmail.com

Noor Sulastry Yurni Ahmad ialah Profesor Madya dalam sains politik dan kepimpinan di Sekolah Pengajian Perniagaan Siswazah Othman Yeop Abdullah, Universiti Utara Malaysia Kuala Lumpur. Bidang kepakaran beliau ialah perbandingan politik, penyertaan politik belia, kepimpinan dan komunikasi politik. Emel: sulastry@uum.edu.my

Mohd Azizuddin Mohd Sani ialah Profesor dalam politik dan hubungan antarabangsa di Pusat Pengajian Antarabangsa (SOIS), Universiti Utara Malaysia. Bidang kepakaran beliau ialah hubungan antarabangsa, media dan politik. Emel: azizuddin@uum.edu.my

Haslina Muhamad ialah Pensyarah Kanan dalam psikologi di Jabatan Antropologi dan Sosiologi, Fakulti Sastera dan Sains Sosial, Universiti Malaya. Bidang kepakaran beliau ialah psikologi personaliti dan metodologi penyelidikan dalam sains sosial. Emel: haslina_m@um.edu.my

RUJUKAN

- Brian, M. (2003). *An introduction to political communication*. London and New York: Routledge.
- Bryman, A. (2012). *Social research methods* (4th Ed.) Oxford: Oxford University Press
- Denton, R. E., & Woodward, G. C. (1998). *Political communication in America*. New York: Praeger.
- Bishop, J. (2013). The effect of de-individuation of the Internet troll on criminal procedure implementation: An interview with a Hater. *International Journal of Cyber Criminology*, 7(1), 28.
- Botha, E. (2014). A means to an end: Using political satire to go viral. *Public Relations Review*, 40(2), 363-374.
- Buckels, E. E., Trapnell, P. D., & Paulhus, D. L. (2014). Trolls just want to have fun. *Personality and Individual Differences*, 67, 97-102.
- Chen, K. W. (2013). The Singapore mass rapid transport: A case study of the efficacy of a democratised political humour landscape in a critical engagement in the public sphere. *European Journal of Humour Research*, 1(2), 43- 68.
- Griffiths, J. (2017, August 24). Taking its troll. *The Sun*. Retrieved 18 January 2018, from <https://www.thesun.co.uk/living/3169348/internet-troll-twitter-online-celebrities-uk/>
- Hasrul Hashim, & Bahiyah Omar. (2010). Transformasi penyiaran televisyen melalui Internet: Kajian perhubungan kepuasan terhadap pengguna remaja. *Jurnal Komunikasi, Malaysian Journal of Communication*, 27(1), 146-169.
- Lee, F. L. (2014). The impact of online user-generated satire on young people's political attitudes: Testing the moderating role of knowledge and discussion. *Telemathics and Informatics*, 31(3), 397-409.
- Malaysia profile - Media - BBC News. (2015). *BBC News*. Retrieved 1 June 2016, from: <http://www.bbc.com/news/world-asia-pacific-15384221>.
- Matthes, J., Rauchfleisch, A., & Kohler, F. (2011). Getting the joke: The negative effects of late-night political parody on the evaluation of politicians. In *WAPOR 64th Annual Conference: Public Opinion and the Internet September 21-23*, University of Zurich.
- McNair, B. (2011). *An introduction to political communication* (5th Ed.). London: Routledge.
- Merritt, E. (2012). *An analysis of the discourse of Internet trolling: A case study of Reddit.com* (PhD dissertation, Mount Holyoke College).
- Mohd Azizuddin Mohd Sani, & Dian Diana Abdul Hamed Shah. (2011). Freedom of religious expression in Malaysia. *Journal of International Studies*, 7, 33-49.
- Mohd Zaidi Mahmud, & Bahiyah Omar. (2013). Motif dan kekerapan penggunaan Facebook dalam kalangan pelajar universiti. *Jurnal Komunikasi, Malaysian Journal of Communication*, 29(1), 35-54.
- Mus Chairil Samani, & Jamilah Maliki. (2014). *Media dan masyarakat*. Kota Samarahan: Penerbit UNIMAS.
- New 1MDB board must find out what happened to US\$7 billion. (2016). *Malaysiakini*. Retrieved 1 June 2016, from <https://www.malaysiakini.com/news/343704>
- Newton, K. (1999). Mass media effects: Mobilization or media malaise?. *British Journal of Political Science*, 29(4), 577-599.
- Okonkwo, R.O. (2016). The power and pitfalls of political satire in Nigeria. In *Heinrich-Böll-Stiftung* (Ed.), *Laughing out loud the politics of satire in Africa* (pp. 33-36).

- Papacharissi, Z. (2009). *User and gratifications*. Retrieved at <http://cmap.upb.edu.co/rid=1Q0C261JDK45WCF19Q3/PapacharissiU%26G.pdf> [Retrieved on 16 March 2016]
- Papacharissi, Z., & Mendelson, A. L. (2007). An exploratory study of reality appeal: Uses and gratifications of reality shows. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*.
- Provencher, R. (1990). Covering Malay humor magazines: Satire and parody of Malaysian political dilemmas. *Crossroads: An Interdisciplinary Journal of Southeast Asian Studies*, 5(2), 1-25.
- Ramcharan, R. (2013). ASEAN's problematic intergovernmental commission on human rights: The new media's role in enhancing the protection of human rights. *Journal of International Studies*, 9, 1-31.
- Rill, L. A., & Cardiel, C. L. (2013). Funny, ha-ha: The impact of user-generated political satire on political attitudes. *American Behavioral Scientist*, 57(12), 1738-1756.
- Step up to make a difference, Khairy tells Internet 'trolls'. (2015). *Themalaymailonline.com*. Retrieved from <http://www.themalaymailonline.com/malaysia/article/step-up-to-make-a-difference-khairy-tells-internet-trolls> [Retrieved 1 June 2016]
- Suruhanjaya Komunikasi dan Multimedia Malaysia*. (2014). Internet users survey 2014. ISSN: 1823-2523.
- Tufekci, Z., & Wilson, C. (2012). Social media and the decision to participate in political protest: Observations from Tahrir Square. *Journal of Communication*, 62(2), 363-379.
- Tun Mahathir lancar gerakan bersama pembangkang. (2016). *BH Online*. Retrieved 1 June 2016, from <http://www.bharian.com.my/node/130749>
- Weiss, M. L. (2012). *Politics in cyberspace: New media in Malaysia*. Germany: Fesmedia Asia.
- What We Do | 1MDB. (2016). *1mdb.com.my*. Retrieved 1 June 2016, from <http://www.1mdb.com.my/about-us/what-we-do>