

Motivasi dan Penggunaan *Facebook*, *Instagram*, *Twitter* dan *TikTok* dalam Kalangan Pelajar Universiti Malaysia Sarawak (UNIMAS)

SITI HASLINA HUSSIN* & NUR HAZWANI ABU BAKAR

Faculty of Language and Communication, Universiti Malaysia Sarawak, 94300 Kota Samarahan, Sarawak, Malaysia

*Corresponding author: hhaslina@unimas.my

ABSTRAK

Kajian ini bertujuan untuk mengenalpasti motivasi dan penggunaan *Facebook*, *Instagram*, *Twitter* dan *TikTok* dalam kalangan pelajar sebuah institusi pengajian tinggi awam di Malaysia. Data untuk kajian deskriptif diperoleh daripada 100 orang pelajar yang mengisi borang soalselidik secara atas talian. Dapatan kajian menunjukkan responden memilih *TikTok* sebagai platform yang paling utama digunakan. Namun, *Twitter* adalah platform yang paling memenuhi motivasi pelajar menggunakan media sosial. Motivasi pelajar untuk menggunakan media sosial ialah dokumentasi sendiri dan ekspresi sendiri adalah tertinggi. Pengaruh daripada pertambahan jumlah pengikut mendorong pengguna untuk mendedahkan dan berkongsi tentang diri mereka kepada pengguna lain. Tidak ramai pelajar dimotivasi oleh konstruk hiburan dan kemudahan untuk menggunakan media sosial. Terdapat perbezaan ketara dalam penggunaan media sosial antara pelajar lelaki dan perempuan. Pelajar lelaki lebih gemar menggunakan *Instagram* berbanding pelajar perempuan yang lebih mengutamakan penggunaan *Facebook* dan *TikTok*. Kebanyakan pelajar menggunakan media sosial melebihi lima jam sehari. Implikasi kajian ini menunjukkan bahawa ciri *Twitter* sebagai microblog boleh digunakan di dalam proses pembelajaran. Pertambahan responden dari pelbagai institusi dan pertambahan media sosial untuk dikaji dicadangkan untuk kajian masa akan datang.

Katakunci: *Facebook*, *Instagram*, *TikTok*, *Twitter*; media sosial, motivasi, penggunaan

Copyright: This is an open access article distributed under the terms of the CC-BY-NC-SA (Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License) which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, for non-commercial purposes, provided the original work of the author(s) is properly cited.

PENGENALAN

Media sosial telah menjadi sebahagian besar kehidupan masyarakat di mana mereka menggunakan pelbagai platform media sosial untuk berhubung dengan keluarga dan rakan, berkongsi maklumat dan berhibur secara meluas setiap hari. Terdapat beberapa jenis media sosial yang menjadi keutamaan kepada pengguna, antaranya *Facebook*, *Instagram*, *Twitter* dan *TikTok*. Penggunaan media sosial sangat meluas dan kini boleh diakses menggunakan pelbagai peranti termasuk telefon pintar. Kemudahan ini mempengaruhi pengguna untuk mencari maklumat dan berinteraksi dengan lebih cepat.

Di Malaysia, pengguna *Facebook* meningkat saban tahun di mana pengguna berusia 13 tahun ke atas menunjukkan peningkatan sebanyak 82.4 peratus berbanding tahun sebelumnya. (Kemp, 2022). Ciri-ciri *Facebook* membenarkan pengguna untuk berkongsi gambar, video, dan penulisan kepada pengguna lain. Di samping itu, cirinya yang membenarkan *live streaming* diminati pengguna terutama untuk tujuan akademik, sosial dan perniagaan.

Twitter adalah platform yang diperkenalkan pada tahun 2006 (Alhabash & Ma, 2017). Platform ini digunakan secara meluas terutamanya dalam menyebarkan berita dan maklumat. Apabila menerima maklumat, pengguna boleh memberi maklum balas terhadap mesej yang disampaikan dengan 'tweet' mesej yang mampu mewujudkan fenomena *trending* dan tular. Namun begitu, tidak seperti *Facebook* dan *Instagram*, *Twitter* hanya membenarkan pengguna menulis mesej tidak melebihi daripada 140 karakter (Maclean et al., 2013). *Twitter* turut memudahkan pengguna menggunakan simbol *hashtag* (#) untuk mencari maklumat atau berita yang mereka kehendaki. *Twitter* dikenali sebagai 'dewan perdebatan' kerana membolehkan pengguna membincangkan sesuatu isu samaada isu tempatan atau antarabangsa. Menurut Kemp (2022), terdapat 4.40 juta pengguna *Twitter* di Malaysia setakat tahun 2022.

Instagram menjadi sangat terkenal semenjak diperkenalkan terutamanya dalam kalangan remaja dan golongan selebriti. Pada awal tahun 2022, pengguna *Instagram* di Malaysia adalah sebanyak 15.55 juta (Kemp, 2022). Ciri-ciri *Instagram* yang mempunyai *filter* untuk berswafoto, mengedit gambar atau video dengan menambah *sticker* dan lagu telah menarik mendorong kepada peningkatan penggunaan *Instagram*.

TikTok merupakan platform yang baru dan kini semakin terkenal dalam kalangan remaja terutamanya. *TikTok* yang dilancarkan pada tahun 2017 telah meraih sebanyak 14.59 juta pengguna pada awal tahun 2022 (Kemp, 2022). Platform ini membolehkan pengguna mengedit video pendek tanpa perlu memuat turun aplikasi video editor yang lain. *TikTok* mempunyai ciri-ciri seperti *filter*, muzik, grafik dan animasi (Crawford, 2020). Terdapat beberapa slang yang terkenal dalam *TikTok* iaitu *For Your Page (FYP)*, *Discover page*, *hashtag* dan sebagainya. Slang-slang ini akan membantu pengguna mendapat maklum balas yang tinggi bagi satu kandungan yang dikongsikan.

Walaupun penggunaan media sosial telah dikaji di Malaysia dan negara lain, dan didapati sangat popular, pada masa sekarang, masih terdapat jurang pengetahuan tentang jenis media sosial yang lebih popular di kalangan orang muda. Sedikit yang diketahui tentang platform media sosial yang disukai oleh lelaki dan wanita.

OBJEKTIF KAJIAN

Kajian ini bertujuan untuk mengkaji motivasi dan penggunaan *Facebook*, *Instagram*, *Twitter* dan *TikTok* dalam kalangan pelajar Universiti Malaysia Sarawak (UNIMAS). Secara khusus, objektif kajian ini:

1. mengenal pasti motivasi penggunaan *Facebook*, *Instagram*, *Twitter* dan *TikTok* dalam kalangan pelajar Universiti Malaysia Sarawak.
2. menganalisis intensiti penggunaan *Facebook*, *Instagram*, *Twitter* dan *TikTok* dalam kalangan pelajar Universiti Malaysia Sarawak berdasarkan jantina mereka.

Dalam kajian ini, teori kegunaan dan kepuasan mengklasifikasikan bahawa pengguna media akan memilih platform media mereka sendiri berdasarkan keperluan dan kepuasan mereka. Teori ini memfokuskan tanggapan pengguna terhadap media dan pemilihan media tertentu berbanding daripada apa yang terdapat dalam kandungan media tersebut (Mohd Azlan et al., 2017)

METODOLOGI

Kajian ini menggunakan kaedah kualitatif untuk mendapatkan data motivasi dan penggunaan *Facebook*, *Instagram*, *Twitter* dan *TikTok* dalam kalangan pelajar Universiti Malaysia Sarawak. Persampelan bertujuan digunakan bagi mendapatkan data daripada 100 responden yang terdiri daripada 50 pelajar lelaki dan 50 pelajar perempuan (Jadual 1). Pemilihan responden dijalankan secara bertujuan. Untuk peratusan tahun pengajian, pelajar Tahun 4 dan Tahun 2 mencatatkan peratusan yang paling tinggi iaitu 29%. Seterusnya catatan kedua tertinggi ialah Tahun 1 (27%) diikuti dengan 15% daripada pelajar Tahun 3.

Jadual 1. Profil demografi pelajar dari segi jantina dan tahun pengajian (N=100)

Demografi	Kategori	Bilangan	Peratus
Jantina	Lelaki	50	50
	Perempuan	50	50
Tahun pengajian	Tahun 1	27	27
	Tahun 2	29	29
	Tahun 3	15	15
	Tahun 4	29	29

Borang soal selidik terbahagi kepada tiga bahagian iaitu maklumat demografi responden, motivasi penggunaan media sosial dan intensiti penggunaan media sosial. Soalan berkaitan motivasi penggunaan media sosial diadaptasi daripada kajian Liu et al. (2010). Tujuh motivasi digunakan iaitu berkongsi maklumat (kongsi maklumat yg berguna), dokumentasi sendiri (merakam aktiviti harian, apa yang dipelajari dan tempat dilawati), interaksi sosial (berhubungan dengan kenalan dan berkenalan dengan orang baharu), hiburan (menyeronokkan dan menghiburkan), mengimbuai masa lalu (kenangan lama dan ketenangan), ekspresi diri (menunjukkan personaliti

dan memberitahu tentang diri), dan kemudahan (mudah diguna pada bila-bila masa dan di mana jua). Manakala soalan intensiti penggunaan media sosial berpandukan kajian Ellison et al. (2007). Pengumpulan data adalah dengan menggunakan platform atas talian, borang soal selidik disediakan di dalam *Google Form* dan disebarluaskan kepada mahasiswa UNIMAS selama tiga minggu dalam bulan Disember 2022. Semua data yang diperolehi dianalisis menggunakan perisian statistik *Statistical Package for the Social Sciences (SPSS)* dan keputusan dipamerkan dalam jadual berdasarkan min, sisihan piawai dan peratusan. Analisis deskriptif ke atas semua variabel kajian dijalankan selepas ujian rintis menunjukkan nilai *alfa Cronbach* yang memuaskan (.979).

DAPATAN KAJIAN

Jadual 2. Keutamaan media sosial dalam kalangan pelajar (N=100)

Platform	Min	SD
<i>TikTok</i>	3.46	1.60
<i>Instagram</i>	3.34	1.34
<i>Facebook</i>	2.52	1.69
<i>Twitter</i>	2.51	1.62

Jadual 2 menunjukkan penggunaan media sosial yang diberi keutamaan oleh pelajar. Platform yang sangat diutamakan adalah *TikTok* (min 3.46). Manakala platform yang paling tidak diutamakan ialah *Twitter* (min 2.51). *Instagram* dan *Facebook* masing-masing mencatatkan nilai min 3.34 dan 2.52. Catatan nilai min yang agak rendah bagi *Facebook* menunjukkan bahawa platform ini semakin kehilangan populariti dalam kalangan golongan muda.

Jadual 3. Tempoh penggunaan media sosial dalam kalangan pelajar (N=100)

Platform	Min	SD	0 Jam (%)	Kurang daripada 60 minit(%)	1-2 Jam (%)	2-3 Jam (%)	3-4 Jam (%)	Lebih daripada 5 Jam (%)
<i>Facebook</i>	2.54	1.44	23.0	40.0	17.0	7.0	6.0	7.0
<i>Instagram</i>	3.10	1.29	4.0	38.0	25.0	15.0	13.0	5.0
<i>Twitter</i>	2.31	1.31	33.0	31.0	17.0	14.0	1.0	4.0
<i>TikTok</i>	3.62	1.58	13.0	11.0	22.0	25.0	13.0	16.0

Jadual 3 menunjukkan tempoh penggunaan media sosial dalam sehari oleh pelajar Universiti Malaysia Sarawak. Kolum 0 jam menerangkan bahawa pelajar tidak menggunakan platform yang dinyatakan. Peratusan tertinggi yang menunjukkan pelajar tidak menggunakan platform ialah 33% untuk *Twitter*, diikuti oleh *Facebook* (23%), *TikTok* (13%) dan paling rendah ialah *Instagram* (4%). Manakala platform yang mencatatkan peratusan tertinggi bagi penggunaan melebihi 5 jam ialah *TikTok* (16%); *Facebook* (7%); *Instagram* (4%); dan *Twitter* (4%). Dapatan kajian menunjukkan bahawa ramai pelajar tidak menggunakan *Twitter*. Sebaliknya mereka meluangkan masa yang lebih ke atas penggunaan *TikTok*, *Facebook* dan *Instagram*.

Motivasi penggunaan media sosial

Jadual 4. Motivasi penggunaan *Facebook*, *Instagram*, *Twitter*, *Tiktok* konstruk dokumentasi sendiri dalam kalangan pelajar (N=100)

	<i>Facebook</i>		<i>Instagram</i>		<i>Twitter</i>		<i>Tiktok</i>	
	Min	SD	Min	SD	Min	SD	Min	SD
Dokumentasi sendiri								
Saya menggunakan..... untuk merakam aktiviti harian saya	3.73	1.13	2.71	1.28	3.92	1.11	3.53	1.29
Saya menggunakan untuk merakam apa yang dipelajari	3.51	1.30	3.06	1.32	3.70	1.24	3.34	1.34
Saya menggunakan untuk merakam tempat yang dilawati	3.60	1.29	2.65	1.27	3.98	1.08	3.63	1.28

Jadual 4 menunjukkan bahawa responden kerap menggunakan *Twitter* untuk merakam tempat yang dilawati (min 3.98), merakam apa yang dipelajari (3.70). Manakala responden lebih menggunakan *Facebook* untuk merakamkan aktiviti harian. Dapatan menunjukkan penggunaan *Twitter* memenuhi motivasi dokumentasi sendiri melebihi penggunaan platform yang lain.

Jadual 5. Motivasi penggunaan *Facebook*, *Instagram*, *Twitter*, *Tiktok* konstruk berkongsi maklumat dalam kalangan pelajar (N=100)

	<i>Facebook</i>		<i>Instagram</i>		<i>Twitter</i>		<i>Tiktok</i>	
	Min	SD	Min	SD	Min	SD	Min	SD
Berkongsi maklumat								
Saya menggunakan untuk berkongsi maklumat	2.79	1.40	2.53	1.29	3.37	1.45	2.87	1.40
Saya menggunakan untuk berkongsi informasi yang berguna kepada orang ramai	3.02	1.41	2.49	1.27	3.32	1.42	2.81	1.42

Untuk konstruk motif berkongsi maklumat, Jadual 5 menunjukkan bahawa responden lebih menggunakan *Twitter* bagi mencapai mencapai motivasi berkongsi maklumat (2.79) dan berkongsi informasi yang berguna kepada orang ramai (3.32). Ini menunjukkan bahawa ciri yang terdapat pada *twitter* membenarkan responden berkongsi maklumat secara meluas.

Jadual 6: Motivasi penggunaan *Facebook*, *Instagram*, *Twitter*, *Tiktok* konstruk interaksi sosial dalam kalangan pelajar (N=100)

	<i>Facebook</i>		<i>Instagram</i>		<i>Twitter</i>		<i>Tiktok</i>	
	Min	SD	Min	SD	Min	SD	Min	SD
Interaksi Sosial								
Saya menggunakan untuk berhubung dengan orang yang mempunyai kesamaan dengan saya	2.83	1.39	2.23	1.14	3.29	1.38	2.89	1.42
Saya menggunakan untuk menemui orang baru	2.95	1.45	2.54	1.32	3.44	1.47	3.06	1.51

Di dalam jadual 6, dapatan menunjukkan responden menggunakan *Twitter* untuk menemui orang baru (3.44) dan untuk berhubung dengan orang yang mempunyai kesamaan dengan mereka (3.29). Ini jelas menunjukkan bahawa responden lebih menggunakan *Twitter* bagi konstruk motivasi Interaksi sosial.

Jadual 7: Motivasi penggunaan *Facebook*, *Instagram*, *Twitter*, *Tiktok* konstruk hiburan dalam kalangan pelajar (N=100)

	<i>Facebook</i>		<i>Instagram</i>		<i>Twitter</i>		<i>Tiktok</i>	
	Min	SD	Min	SD	Min	SD	Min	SD
Hiburan								
Saya menggunakan kerana ia menyeronokkan	2.57	1.35	2.08	1.00	2.90	1.44	2.03	1.37
Saya menggunakan kerana ia menghiburkan saya	2.48	1.32	2.07	1.01	2.81	1.45	1.99	1.32

Jadual 7 menunjukkan catatan bagi konstruk motif hiburan. Responden memilih *Twitter* kerana ia menyeronokkan (2.90) dan kerana ia menghiburkan responden (2.81). Ini menunjukkan walaupun platform lain memberi hiburan, responden lebih menggunakan *Twitter* bagi memenuhi motivasi hiburan.

Jadual 8: Motivasi penggunaan *Facebook, Instagram, Twitter, Tiktok* konstruk imbau masa lalu dalam kalangan pelajar (N=100)

	<i>Facebook</i>		<i>Instagram</i>		<i>Twitter</i>		<i>Tiktok</i>	
	Min	SD	Min	SD	Min	SD	Min	SD
Imbau Masa Lalu								
Saya menggunakan kerana ia membantu mengimbau kenangan lama	2.70	1.28	2.28	1.08	3.07	1.47	2.19	1.37
Saya menggunakan kerana tiada apa yang lebih baik untuk dilakukan	2.82	1.34	2.50	1.13	3.10	1.46	2.37	1.33
Saya menggunakan kerana ia memberi ketenangan kepada saya	2.86	1.32	2.40	1.17	3.18	1.44	2.28	1.33

Di dalam Jadual 8, *Twitter* untuk mencatatkan nilai min tertinggi bagi memenuhi konstruk imbau masa lalu. Responden menggunakan twitter kerana ia membantu platform ini mengimbau kenangan lama (3.07), memberi ketenangan kepada responden (3.18) dan responden tiada mempunyai apa yang lebih baik untuk dilakukan (3.10). Ini menunjukkan dengan menggunakan *Twitter*, responden mencapai lebih motivasi mengimbau kenangan lama.

Jadual 9: Motivasi penggunaan *Facebook, Instagram, Twitter, Tiktok* konstruk ekspresi sendiri dalam kalangan pelajar (N=100)

	<i>Facebook</i>		<i>Instagram</i>		<i>Twitter</i>		<i>Tiktok</i>	
	Min	SD	Min	SD	Min	SD	Min	SD
Ekspressi Kendiri								
Saya menggunakan untuk menunjukkan personaliti saya	3.41	1.30	2.89	1.40	3.59	1.33	3.35	1.38
Saya menggunakan untuk memberitahu orang ramai tentang diri saya	3.40	1.33	2.86	1.36	3.69	1.27	3.50	1.38

Jadual 9 menunjukkan responden menggunakan *Twitter* bagi mencapai motivasi konstruk ekspresi diri untuk memberitahu orang (3.69) dan menunjukkan personaliti diri mereka (3.59). Ini menunjukkan motivasi ekspresi sendiri dapat dipenuhi dengan lebih berbanding menggunakan platform lain.

Jadual 10: Motivasi penggunaan *Facebook*, *Instagram*, *Twitter*, *Tiktok* konstruk Kemudahan dalam kalangan pelajar (N=100)

	<i>Facebook</i>		<i>Instagram</i>		<i>Twitter</i>		<i>Tiktok</i>	
	Min	SD	Min	SD	Min	SD	Min	SD
Kemudahan								
Saya menggunakan kerana ia mudah digunakan	2.42	1.35	2.00	1.07	2.88	1.49	2.24	1.29
Saya menggunakan kerana saya boleh mengakses di mana-mana dan bila-bila masa	2.43	1.27	2.15	1.10	2.91	1.44	2.36	1.29

Jadual 10 menunjukkan responden memilih *Twitter* kerana mereka boleh mengakses platform ini di mana-mana dan bila-bila masa (2.91) dan item platform ini mudah mudah digunakan” (2.88). Ini menunjukkan responden menggunakan *Twitter* bagi memenuhi motivasi kemudahan.

Intensiti penggunaan media sosial berdasarkan jantina

Jadual 11. Intensiti penggunaan *Facebook*, *Instagram*, *Twitter*, *Tiktok* dalam kalangan pelajar mengikut jantina(N=100)

	<i>Facebook</i>				<i>Instagram</i>				<i>Twitter</i>				<i>Tiktok</i>			
	L		P		L		P		L		P		L		P	
	Min	SD	Min	SD	Min	SD	Min	SD	Min	SD	Min	SD	Min	SD	Min	SD
.... merupakan sebahagian daripada aktiviti seharian saya	2.68	1.32	3.36	1.19	2.40	1.11	2.30	1.09	3.10	1.37	3.18	1.42	2.34	1.45	2.26	1.29
Saya berbangga memberitahu orang ramai bahawa saya mengguna kan.....	2.76	1.21	3.20	1.14	3.14	1.31	2.94	1.15	3.68	1.25	3.32	1.35	2.76	1.47	2.84	1.28
..... sudah menjadi rutin harian saya	2.82	1.40	3.28	1.37	2.48	1.23	2.28	1.03	3.20	1.39	3.22	1.39	2.26	1.45	2.28	1.37
Saya akan berasa kekurangan jika tidak mengakses..... walaupun sekejap sahaja	3.44	1.30	3.44	1.26	3.14	1.31	2.94	1.15	3.14	1.31	3.32	1.35	2.76	1.47	2.84	1.28
Saya rasa sebahagian daripada komuniti.....	3.04	1.34	3.38	1.26	2.92	1.28	2.88	1.14	3.48	1.30	3.48	1.20	2.74	1.38	2.82	1.27
Saya akan kecewa jika.....di hapuskan	2.88	1.47	3.28	1.28	2.88	1.47	2.48	1.11	3.24	1.48	2.98	1.29	2.46	1.50	2.44	1.34

Jadual 11 menunjukkan perbezaan catatan min mengikut jantina bagi penggunaan platform media sosial. Responden perempuan lebih menggunakan *Facebook* kerana platform ini merupakan sebahagian dari aktiviti harian mereka (3.26). Mereka juga menggunakan *Facebook* untuk memberitahu orang ramai bahawa mereka menggunakan platform ini (3.20), mereka adalah sebahagian daripada komuniti *Facebook*, mereka berasa kekurangan jika tidak mengakses platform ini walaupun sekejap (3.44) dan mereka berasa kecewa jika *Facebook* dihapuskan (3.28).

Responden perempuan juga menggunakan *Tiktok* lebih daripada pelajar lelaki. Walaupun begitu, *Tiktok* bukan sebahagian daripada aktiviti kehidupan mereka (2.26). Bagi penggunaan *Twitter*, pelajar perempuan merasakan platform ini sebahagian dari kehidupan mereka (3.18), menjadi rutin kehidupan mereka (3.22) dan berasa kurang jika tidak mengakses (3.32).

Manakala, responden lelaki pula memilih *Instagram* melebihi platform yg lain dalam menggunakan media sosial. Mereka juga menggunakan *Twitter* kerana berasa bangga (3.68), berasa sebahagian daripada komuniti *Twitter* (3.48) dan kecewa jika platform ini dihapuskan (3.24).

Dapatan kajian ini menunjukkan pelajar perempuan dan pelajar lelaki memilih platform yang berbeza dengan intensiti penggunaan yang bersesuaian.

PERBINCANGAN

Kajian ini meneroka motivasi dan penggunaan *Facebook*, *Instagram*, *Twitter* dan *TikTok* dalam kalangan pelajar Universiti Malaysia Sarawak. Dapatan kajian menunjukkan platform *TikTok* dianggap sebagai satu platform yang sangat utama bagi pelajar. Disebabkan tahap keutamaan yang tinggi, maka pelajar meluangkan masa yang paling lama ke atas penggunaan *TikTok*. Menurut Hao et al. (2022), pengguna di Malaysia ketagih dalam penggunaan *TikTok* kerana ciri-ciri yang terdapat dalam *TikTok* yang menarik. *TikTok* menyediakan pelbagai jenis hiburan dan kenikmatan yang menyebabkan pengguna meluangkan masa yang lama semasa menggunakannya. *TikTok* juga membenarkan pengguna untuk mencipta video pendek dan berkongsi video tersebut dengan meletakkan lagu, *filter*, dan ciri-ciri yang lain (Hao et al., 2022). Menurut kajian Mat Saad dan Azizi (2022), *TikTok* mempunyai ciri-ciri yang unik dan menarik serta memudahkan pengguna membuat video pendek. Walaupun *TikTok* menjadi platform yang paling utama kepada pelajar, mereka juga menggunakan platform lain iaitu *Instagram*, *Facebook* dan *Twitter*. Namun begitu, *Twitter* menjadi platform yang paling tidak digunakan oleh pelajar. Menurut Allahverdi (2022), kajian di Kuwait menunjukkan trend bahawa pelajar lebih ketagih dengan penggunaan *Instagram* dan *Facebook* berbanding *Twitter*.

Walaupun *Twitter* tidak menjadi pilihan utama bagi pelajar, mereka menggunakan platform ini bagi memenuhi motivasi penggunaan media sosial. Ini membuktikan bahawa keutamaan dan masa yang diluangkan untuk menggunakan media sosial tertentu tidak menjamin kepuasan penggunaan media tersebut. Ciri-ciri unik bagi setiap media memberi kepuasan yang berlainan kepada penggunaannya. *Twitter* berfungsi sebagai platform untuk menghantar mesej ringkas, *tweet*, dan sebagai mikroblog (Malik et al., 2019). Walaupun penggunaan jumlah perkataan adalah terhad, ciri-ciri *Twitter* yang mudah diakses, mempunyai format masa nyata (*real-time*), dan mempunyai fitur simbol *hashtags* (#), *mentions* dan *replies* menjadikan peranti ini sesuai dijadikan alat pengajaran dan pembelajaran yang interaktif. Sehubungan itu, pelajar menggunakan *Twitter* untuk berdiskusi secara kritikal sesama rakan pelajar dan pengajar. Manakala dalam konteks sosial pula, pelajar merasakan *Twitter* memberi kepuasan yang lebih untuk mendokumentasi diri, mengekspresi diri dan berinteraksi. Ini bertepatan dengan dapatan kajian Gan dan Wang (2015) yang menunjukkan kepuasan kandungan memainkan peranan yang penting dalam penggunaan mikroblog. Sehubungan itu, Johnson dan Yang (2009) dalam Elhadidi dan City (2018) turut berpendapat bahawa motif maklumat secara positif berkait rapat dengan penggunaan *Twitter*.

Manakala platform *Instagram* memiliki ciri-ciri yang membolehkan pengguna menangkap gambar, menggunakan *filter* serta dapat berkongsi gambar kepada umum melalui akaun sendiri. Seterusnya, *TikTok* pula membolehkan pengguna merekodkan muzik video pendek dengan berlatar belakangkan lagu pilihan mereka. Ini menunjukkan kurangnya ciri interaktif seperti yang dinyatakan oleh Ariel dan Avidar (2015) bahawa kebanyakan platform media sosial mempunyai ciri interaktif yang minima.

Terdapat perbezaan penggunaan media sosial antara pelajar lelaki dan perempuan di mana pelajar perempuan lebih menggunakan *Facebook* dan *TikTok* berbanding pelajar lelaki. Ini bertepatan dengan dapatan kajian Park, Kerk, dan Valenzuela (2009) yang menunjukkan golongan wanita menggunakan *Facebook*, untuk mendapatkan maklumat dan mengekalkan perhubungan. Manakala pelajar lelaki lebih banyak menggunakan *Instagram* berbanding media sosial lain. Pelajar lelaki lebih menggunakan *Instagram* kerana mereka lebih berminat perkara yang bersifat mengangumi diri dan motivator ekspresi diri (Gülner, Şalçı, Çakır, 2010). Seterusnya, pelajar lelaki dan perempuan sama-sama menggunakan *Twitter* kerana ciri mikroblog platform ini membenarkan pengguna mengemaskini maklumat dengan pelbagai peranti dan memuatnaik maklumat tersebut (Oulasvirta et al. (2009) di dalam Veletsianos, 2011).

KESIMPULAN

Kajian ini dapat mengenalpasti motivasi dan penggunaan media sosial dalam kalangan pelajar Universiti Malaysia Sarawak. Dapatan kajian menunjukkan pelajar lebih mengutamakan penggunaan *TikTok* berbanding *Instagram*, *Facebook* dan *Twitter*. Walaupun *TikTok* paling digunakan dalam kalangan pelajar, motivasi penggunaan media sosial tercapai secara keseluruhan dari *Twitter*. Justeru, kajian ini membuktikan bahawa pilihan mengutamakan media sosial dan masa yang diluangkan tidak menjamin kepuasan penggunaan media tersebut. Seterusnya, perbezaan penggunaan media sosial antara pelajar lelaki dan perempuan menunjukkan masing-masing

mempunyai intensiti penggunaan yang berbeza bagi memenuhi motivasi tertentu. Implikasi praktikal dari kajian ialah kebolegunaan *Twitter* sebagai peranti atau platform latihan untuk pelajar berdiskusi dan mengekspresi idea dalam proses pembelajaran. Selain itu, ciri *Twitter* sebagai microblog mungkin boleh diaplikasikan kepada platform yg lain agar ciri interaksi dapat diadakan dengan lebih mendalam. Seterusnya, keterbatasan kajian ini dilihat dari dua isu iaitu responden yang hanya menfokus kepada pelajar Universiti Malaysia Sarawak dan platform yang tertumpu kepada empat media sosial sahaja. Dicadangkan untuk kajian akan datang agar kumpulan responden diluaskan kepada institusi yang lebih banyak agar dapat membuat kajian perbandingan. Di samping itu, membandingkan lebih banyak platform mampu dapat memberi pengetahuan saintifik yang lebih luas tentang perbezaan motivasi dan penggunaan media sosial dalam kalangan pengguna.

RUJUKAN

- Alhabash, S. A. (2017). A Tale of Four Platforms: Motivations and Uses of Facebook, Twitter, Instagram, and Snapchat Among College Students? *Social Media + Society*, 1-13.
<https://doi.org/10.1177/2056305117691544>
- Allahverdi, F. Z. (2022). Relationship between perceived social media addiction and social media applications frequency usage among university students. *Psychology in the Schools*, 59(6), 1075-1087. <https://doi.org/10.1002/pits.22662>
- Ariel, Y., & Avidar, R. (2015). Information, interactivity, and social media. *Atlantic Journal of Communication*, 23(1), 19-30. <https://doi.org/10.1080/15456870.2015.972404>
- Crawford, J. (2020). *A Brief Introduction to TikTok – What Is It, and What Can You Do with It?* Shutterstock. Retrieved May 30, 2022, from <https://www.shutterstock.com/blog/guide-to-tiktok>
- Ellison, N. B., Steinfield, C., & Lampe, C. (2007). The Benefits of Facebook “Friends:” Social Capital and College Students’ Use of Online Social Network Sites. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 12(4), 1143-1168. <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2007.00367.x>
- Elhadidi, M. F., & City, Z. (2018). Beyond access to social media: a comparison of gratifications, interactivity, and content usage among Egyptian adults. *Global Media Journal*, 16(30), 108.
- Gan, C. & Wang, W. (2015). Uses and gratifications of social media: a comparison of microblog and WeChat. *Journal of Systems and Information Technology*, 17: 351-363.
- Gülнар, B., Balci, S., & Çakir, V. (2010). Motivations of Facebook, You Tube and similar web sites users. *Bilig Journal of Social Sciences of the Turkis World*, 54(54), 161-184.
- Hao, T. J., Chien, K. Y., & Xuan, S. T. Y. (2022). Addiction on TikTok among Young Adults in Malaysia. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 12(7), 1115-1121. <http://dx.doi.org/10.6007/IJARBS/v12-i7/14127>
- Huang, Y., & Su, S.-F. (2018). Motives for Instagram Use and Topics of Interest among Young Adults. *Future Internet*, 10(77), 1-12. <https://doi.org/10.3390/fi10080077>
- Kemp, S. (2022). Digital 2022: Malaysia. Data Reportal. <https://datareportal.com/reports/digital-2022-malaysia>. Retrieved October 25, 2022.
- Liu, I. L.B., Cheung, C. M.K., & Lee, M. K.O. (2010). Understanding Twitter Usage: What Drive People Continue to Tweet. *PACIS 2010 Proceedings, Paper 92*, 928-939.
- Malik, A., Heyman-Schrum, C. & Johri, A. Use of Twitter across educational settings: a review of the literature. *International Journal of Educational Technology in Higher Education*, 16, 36. <https://10.1186/s41239-019-0166-x>
- Mat Saad, M. Z., & Azizi, N. F. (2019). Kegunaan dan Kepuasan Aplikasi WhatsApp dalam Kalangan Warga Separuh Umur di Machang Kelantan. *International Journal of Modern Trends in Social Sciences*, 2(6), 40-47.
- Maclean, F., Jones, D., Levy, G., & Hunter, H. (2013). Understanding Twitter. *ResearchGate*, 76 (6), 295-298. <https://doi.org/10.4276/030802213X13706169933>
- Mohd Azlan, N. A., Abdullah, Z., & Jaafar Sidek, J. (2017). Gender and usage of Instagram. In *Forum Komunikasi (FK)* (Vol. 12, No. 2, pp. 1-20). Faculty of Communication and Media Studies, Universiti Teknologi MARA.
- Park N, Kerk KF, Valenzuela S (2009) Being immersed in social networking environment: Facebook groups, uses and gratifications and social outcomes. *Cyber-Psychology & Behavior* 12: 729-33. <https://doi.org/10.1089/cpb.2009.0003>
- Veletsianos, G. (2011). Higher education scholars’ participation and practices on Twitter. *Journal of Computer Assisted Learning*, 28, 336- 349. <https://doi.org/10.1111/j.1365-2729.2011.00449.x>