

Sorotan Kajian Penggunaan Media Sosial dalam Kalangan Warga Emas di Malaysia

BITARAVolume 4, Issue 2, 2021: 001-012
© The Author(s) 2021
e-ISSN: 2600-9080
<http://www.bitarajournal.com>

[Literature Review of the Use of Social Media among the Elderly in Malaysia]

Muhamad Faisal Ashaari,¹ Nurul Aini Syazwani Norhisham¹
& Rosmawati Mohamad Rasit¹

Abstrak

Warga emas menerima media sosial pada fasa akhir kehidupan mereka. Terdapat pelbagai reaksi tentang penerimaan mereka kepada media sosial, antara yang boleh menjadi pengguna yang aktif dan yang terus menggunakan media tradisional sebagai sumber maklumat dan hiburan. Media sosial bukan sahaja dapat membantu mereka dalam urusan hubungan dengan ahli keluarga tetapi juga untuk mengurangkan masalah psikologi. Mereka boleh mengisi masa yang terluang dengan berhubung dengan rakan-rakan dan mengetahui perkembangan semasa serta mengikuti kuliah agama. Artikel ini membincangkan sorotan kajian terdahulu yang berkaitan penggunaan media sosial dalam kalangan warga emas di Malaysia. Ia menumpukan kepada faktor signifikan yang mempengaruhi pola penggunaan media sosial dalam kalangan mereka. Sorotan kajian mendapati enam faktor yang boleh mempengaruhi pola penggunaan media sosial iaitu pendidikan, pendapatan, usia, jantina, pekerjaan dan tempat tinggal. Walau bagaimanapun, dua faktor yang pertama merupakan faktor yang signifikan dalam mempengaruhi penggunaan media sosial dalam kalangan warga emas.

Kata kunci:

Warga emas, media sosial, penggunaan, kadar tembus Internet, kesunyian.

Abstract

Senior citizens receive social media in the last stages of their lives. There are various reactions to their acceptance of social media, between those who can be active users and those who remain to use traditional media as a source of information and entertainment. Social media could not only help them in keeping in touch with family members but also to reduce psychological problems. They can fill free time by interacting with friends, keeping abreast of current issues as well as attending religious sermons. This article discusses literature review related to the use of social media among senior citizens. The review focusses on the significant factor that affects their use of social media. It is found six factors that can influence the pattern of social media usage, namely education, income, ages, gender, employment, and residence. However, the first two factors are significant in influencing the use of social media among the elderly.

Keywords:

Senior citizens, social media, usage, Internet penetration rate, loneliness.

¹ Pusat Kajian Dakwah dan Kepimpinan, Fakulti Pengajian Islam, Universiti Kebangsaan Malaysia, 43600 UKM Bangi, Selangor Darel Ehsan, MALAYSIA

Corresponding Author:

MUHAMAD FAISAL ASHAARI, Pusat Kajian Dakwah dan Kepimpinan, Fakulti Pengajian Islam, Universiti Kebangsaan Malaysia, 43600 UKM Bangi, Selangor Darel Ehsan, MALAYSIA

*E-mail: faisal@ukm.edu.my

Cite This Article:

Muhamad Faisal Ashaari, Nurul Aini Syazwani Norhisham & Rosmawati Mohamad Rasit. 2021. Sorotan Kajian Penggunaan Media Sosial dalam Kalangan Warga Emas di Malaysia. *BITARA International Journal of Civilizational Studies and Human Sciences* 4(2): 1-12.

Pengenalan

Media sosial merupakan medium untuk berhubung dengan kenalan yang tinggal berjauhan seperti keluarga dan rakan-rakan secara pantas. Semua golongan dan generasi menyambut baik media ini khususnya generasi muda dan generasi warga emas juga tidak ketinggalan dalam menggunakannya. Penggunaan media sosial oleh setiap generasi semakin meningkat kerana perkembangan teknologi yang semakin canggih dengan kewujudan pelbagai aplikasi (Anderson & Perrin, 2017; Dutton & Blank, 2013). Malahan, ia telah menjadi keperluan kepada seluruh lapisan masyarakat terutamanya pada era Covid-19 apabila semua terpaksa berada di rumah dan menggunakan media sosial untuk berhubung antara satu sama lain (Kaur & Sahdef, 2020). Pada asasnya tujuan penggunaan media sosial ialah untuk berkongsi maklumat dan berhubung dengan orang ramai (Subramaniam & Norizan, 2014). Namun begitu, bagi warga emas, tujuan dan motif utamanya ialah untuk menghubungi keluarga, mendapatkan maklumat, terutama isu kesihatan dan politik (Sims et al. 2017). Penggunaan media sosial yang aktif ini secara tidak langsung boleh menjadi medium sokongan emosi kepada warga emas yang mungkin terpaksa hidup bersendirian.

Kehidupan warga emas seringkali dikaitkan dengan kesunyian kerana hidup mereka yang berjauhan dengan ahli keluarga atas pelbagai keperluan. Ia menyumbang kepada masalah psikologi seperti keseorangan (*loneliness*), kemurungan (*depression*) dan kebimbangan (*anxiety*) (Amran et al., 2013; Noor Izzati et al., 2019; Siti Marziah et al., 2013). Berdasarkan kepada kajian lepas, masalah psikologi dalam kalangan warga emas agak membimbangkan kerana seramai 35% mereka yang berdepan dengan kemurungan (Maideen et al., 2014) dan 34.1% mereka mengalami masalah *loneliness* (Nik Norliati & Suriati, 2016). Manakala, laporan dari Kementerian Kesihatan Malaysia (KKM) pula mendedahkan bahawa 29% orang dewasa di Malaysia mengalami masalah mental. Begitu juga, Lembaga Penduduk dan Pembangunan Keluarga Negara (LPPKN) (2014) melaporkan 23%, iaitu 538,000 daripada 2.4 juta warga emas di Malaysia pada 2010 berdepan dengan sindrom 'empty nest'. Artikel ini membincangkan sorotan kajian terdahulu yang berkaitan penggunaan media sosial dalam kalangan warga emas di Malaysia. Ia menumpukan kepada faktor signifikan yang mempengaruhi pola penggunaan media sosial dalam kalangan warga emas.

Media Sosial di Malaysia

Berdasarkan Laporan Tinjauan Individu dan Isi rumah pada tahun 2019 tentang penggunaan teknologi maklumat dan komunikasi (ICT), penggunaan Internet oleh individu di Malaysia meningkat dari 87.0% kepada 90.1% pada tahun 2019 (Jabatan Perangkaan Malaysia, 2020). Menurut MCMC (2018), pengguna Internet mempunyai sebanyak 87.4% manakala 12.6% yang tidak menggunakan Internet. Menerusi Internet, para pengguna boleh mencapai pelbagai

aplikasi media sosial seperti *Facebook*, *WhatsApp*, *Instagram*, *YouTube* dan sebagainya. Berdasarkan ringkasan penggunaan media sosial di seluruh dunia pada tahun 2020, aplikasi *Facebook* merupakan aplikasi media sosial yang mempunyai pengguna tertinggi di dunia sebanyak 2449 juta. Begitu juga kajian oleh Teng & Joo (2017) yang mendapati pengguna media sosial di Malaysia lebih ramai menggunakan aplikasi *Facebook* berbanding dengan medium yang lain. Walau bagaimanapun, media ini boleh menyebabkan keruntuhan akhlak dan masalah sosial jika penggunaannya tidak dikawal dengan baik. Sohana (2016) mendapati kebiasaannya golongan remaja lebih terdedah dengan keruntuhan akhlak dan moral apabila menggunakan media sosial tanpa kawalan. Misalnya, golongan remaja ini mencapai maklumat yang tidak bermanfaat dan juga bermain *game* sehingga berlakunya pembaziran masa. Namun begitu, terdapat juga golongan remaja dan belia yang memanfaatkan media sosial dengan sebaiknya seperti mencari maklumat berkaitan dengan pelajaran, isu semasa, ekonomi, politik, sosial, kesihatan dan sebagainya. Secara tidak langsung dapat menambah ilmu dan pengetahuan kepada pengguna media sosial ini.

Malaysia juga mempunyai pengguna *Facebook* yang lebih tinggi jika dibandingkan dengan *Instagram*. Berdasarkan ringkasan penyelidikan media sosial global pada tahun 2019, pengguna media sosial seperti *Facebook* mempunyai jumlah pengguna yang ramai iaitu sebanyak 97.3% berbanding dengan *Instagram* (57.0%) dan juga *YouTube* (48.3%). Dari sudut tujuan dan motif penggunaan media sosial, mengekalkan hubungan, meluangkan masa, menyertai komuniti maya, menghibur dan mencari kenalan, kerana media ini terdapat pelbagai fungsi (Ma et al., 2015; Teng & Joo, 2017). Di Malaysia, terdapat 5 motif yang popular terhadap penggunaan Internet sehingga meningkatkan peratusan penggunaannya dari tahun 2018-2019. Pertama, pengguna Internet untuk menggunakan media sosial sebanyak 97.1% dari 96.5% pada tahun 2018. Kedua, pengguna memuat turun gambar, *movie*, *video*, lagu dan bermain *game* (81.7% kepada 84.7%). Motif yang ketiga dengan kadar 83.1% kepada 83.5% iaitu mencari pelbagai maklumat. Keempat, memuat turun *software* dan juga pelbagai aplikasi iaitu sebanyak 77.1% dari 76.5%. Akhir sekali, membuat panggilan melalui Internet meningkat sebanyak 7.4%.

Warga Emas dan Media Sosial

Menurut Kementerian Pembangunan Keluarga, Wanita dan Masyarakat (2015) populasi warga emas pada tahun 2015 meningkat sebanyak 92.3%, daripada 1441.2 juta pada tahun 2000 kepada 2770.8 juta pada tahun 2015. Peningkatan warga emas di Malaysia yang berusia 60 tahun dan ke atas meningkat dari 10.3% dengan jumlah 3.4 juta pada tahun 2019. Berdasarkan Jabatan Perangkaan Malaysia (2020) Jumlah ini meningkat menjelang tahun 2020 kepada 10.7% sebanyak 3.50 juta pada tahun 2020. Terdapat 5 buah negeri di Malaysia yang mempunyai peratus tertinggi penduduk yang berusia 60 tahun dan ke atas. Negeri-negeri tersebut adalah negeri Perak (15%), Perlis (13.8%), Pulau Pinang (13.5%), Negeri Sembilan (12.8%) dan Melaka (12.7%). Mereka ini mempunyai perwatakan, ciri dan sikap yang berbeza dalam semua aspek, termasuklah dari segi amalan penggunaan dan pemilihan media. Dari sudut usia pula, umur yang dikategorikan sebagai warga emas menurut Jabatan Kebajikan Masyarakat ialah 60 tahun ke atas. Ini selaras dengan “*World Assembly on Ageing 1982*”

(Jabatan Kebajikan Masyarakat, 2017). Peningkatan kadar jangka hayat ini akan menjadikan pertambahan bilangan warga emas di Malaysia yang akan menjadikan Malaysia sebagai negara orang tua menjelang 2030. Secara tidak langsung ia menandakan bahawa kualiti hidup rakyat Malaysia semakin baik dan perancangan yang tersusun diperlukan untuk memastikan kehidupan warga emas dirancang dan diuruskan dengan baik.

Usia warga emas tidak menghalang mereka dari menggunakan media sosial secara aktif. Ma et al. (2015) mendapati penggunaan Teknologi Maklumat dan Komunikasi (ICT), Teknologi Maklumat (IT) dan Perkhidmatan Rangkaian Sosial (SNS) dan media sosial telah diterima pakai oleh warga emas di Malaysia. Mereka menunjukkan sikap yang baik terhadap teknologi dan media baharu pada masa kini. Menurut laporan Suruhanjaya Komunikasi dan Multimedia Malaysia (SKMM) tahun 2018, penggunaan media sosial dalam kalangan warga emas ialah sebanyak 3.9 jam sehari. iaitu separuh dari purata penggunaan belia sekitar 8 jam sehari. Ini bererti lambakan aplikasi media sosial pada masa kini tidak menjadikan warga emas di Malaysia sentiasa bersikap negatif, malah mereka juga menerima baik dan positif terhadap pembangunan media sosial. Mereka tidak kurang aktifnya dalam penggunaan media sosial dan ia sejajar dengan peningkatan penggunaan media sosial dalam kalangan warga emas di seluruh dunia dari masa ke semasa (Hunsaker & Hargittai, 2018; Nef et al., 2013). Dalam pada itu, kajian menunjukkan peratusan penggunaannya semakin menurun apabila usia semakin meningkat (Friemel, 2016; Galperin & Viecens, 2017; Gonzalez et al., 2012) disebabkan faktor fizikal, kesihatan yang merosot dan usia yang sudah lanjut.

Walau bagaimanapun, masih ramai warga emas yang kekal menggunakan media tradisional berbanding media sosial. Mereka lebih cenderung kepada komunikasi secara *face-to-face* berbanding secara maya kerana berasaskan komunikasi bersemuka lebih selesa (Venter, 2017). Masih ramai warga emas yang tidak bergantung kepada media sosial bagi mendapatkan maklumat, bahkan sebahagian besar mereka terus menggunakan media cetak seperti surat khabar, dan buku, serta bergantung dengan media elektronik iaitu radio dan televisyen. Bagi warga emas, komunikasi lisan dan bersemuka dapat memberikan banyak manfaat kerana boleh bertentang mata ketika berkomunikasi, mempunyai jarak yang dekat antara satu dengan yang lain selain boleh berinteraksi dengan pelbagai nada dan juga intonasi. Jadi, tidak hairanlah jika penggunaan media sosial semakin berkurangan apabila umur seseorang itu semakin meningkat. Selain itu, warga emas ini tidak mempunyai kemahiran dan keyakinan terhadap penggunaan media sosial (Anderson & Perrin, 2017). Penggunaan ini perlu diberi perhatian dan dibimbing oleh generasi berikutnya bagi memastikan warga emas dapat memanfaatkan media sosial dengan baik kerana warga emas mempunyai pemahaman yang berbeza dengan generasi yang lain.

Di negara-negara maju, penggunaan media sosial dalam kalangan warga emas meningkat dari masa ke semasa dan perkembangannya memberangsangkan (Hunsaker & Hargittai, 2018; Nef et al., 2013; Yu et al., 2016). Antara negara yang mencatat jumlah tertinggi terhadap penggunaan media sosial adalah UAE, diikuti oleh Taiwan, Korea Selatan dan Singapura. Di United States pada tahun 2000, 12% warga emas yang berumur 65 ke atas menggunakan Internet. Penggunaan ini meningkat pada tahun 2004, 38% pada 2008, 53% pada 2012 dan 67% pada tahun 2016 (Anderson & Perrin, 2017; Zickuhr & Madden, 2012). Bagi penggunaan *Facebook* di US, terdapat sebanyak 65% pengguna yang berusia 50-64 tahun yang menggunakan media sosial ini, manakala sebanyak 41% pengguna dari kalangan mereka yang

berusia 65 tahun dan ke atas (Smith & Anderson, 2018). Namun, berdasarkan dan Galperin & Vieceers, 2017), peratus penggunaan media sosial semakin menurun apabila seseorang itu sudah meningkat usia disebabkan warga emas lebih cenderung untuk mendapatkan maklumat berdasarkan media cetak seperti surat khabar dan majalah selain dari media elektronik, iaitu televisyen dan radio.

Sementara itu, terdapat 82% warga emas di peringkat muda, iaitu berumur 65-69 tahun di US merupakan pengguna Internet, 75% untuk mereka yang berumur 70-74 tahun. 60% bagi 75-79 tahun dan 44% untuk warga emas yang lebih tua iaitu yang berumur 80 tahun ke atas (Anderson & Perrin, 2017). Berbeza dengan pendapat sebelumnya, (Gilleard & Higgs, 2008) mendapati warga emas yang lahir pada atau selepas perang dunia kedua lebih cenderung menggunakan Internet. Walau bagaimanapun, jika diteliti majoriti warga emas kurang gemar menggunakan media sosial disebabkan mereka tidak didedahkan dengan kecanggihan teknologi dan kepelbagaian media sosial.

Faktor Penggunaan Media Sosial Warga Emas

Penggunaan media sosial secara umumnya semakin meningkat pada setiap tahun oleh semua generasi termasuklah warga emas. Peningkatan usia tidak menghalang untuk warga emas menggunakan pelbagai aplikasi media sosial dan komunikasi dengan seperti *WhatsApp*, *Telegram*, *Instagram* dan *Facebook*. Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi penggunaan media sosial dalam kalangan mereka seperti tahap pendidikan, jenis pekerjaan, tahap pendapatan dan tempat tinggal (Zickuhr, 2013). Ini dapat dilihat dari julat perbezaan antara warga emas dan remaja dalam penggunaan media sosial sangat ketara disebabkan faktor ini. Ada dalam kalangan warga emas yang sangat aktif menggunakan media sosial (Toh & Khor, 2012) dan sebaliknya ramai pula yang tidak tahu menggunakannya (Muhammad Zaiamri & Amira, 2016). Oleh itu, berikut adalah sorotan kajian lalu tentang penggunaan media sosial dalam kalangan warga emas tentang jantina, pendidikan, pendapatan, masa, pekerjaan dan tempat tinggal.

Jantina

Menurut Jabatan Perangkaan Malaysia (2020), terdapat 1.71 juta lelaki dalam kalangan warga emas dan 1.79 juta perempuan yang berusia 60 tahun dan ke atas. Diantara kedua-dua jantina tersebut, terdapat dapatan yang berbeza antara satu sama lain. Kajian yang mendapati lelaki lebih ramai menggunakan media sosial berbanding perempuan disebabkan oleh lelaki lebih banyak masa berbanding wanita (Konig et al., 2018; Van Deursen & Helpser, 2015). Hal ini disebabkan kaum wanita lebih banyak menguruskan hal rumahtangga seperti mengemas rumah dan menguruskan anak-anak, walaupun dibantu oleh suami. Pendapat ini juga sama seperti hasil kajian yang dijalankan terhadap pengguna Internet dan media baharu dalam kalangan penduduk di Amerika yang berumur 18 tahun dan ke atas. Selain itu, kajian yang dijalankan di Britain juga menunjukkan pengguna media baharu dalam kalangan lelaki lebih ramai berbanding dengan perempuan.

Dapatan ini berbeza dengan analisis daripada *US Health Retirement Study* yang menyatakan wanita lebih ramai menggunakan media sosial berbanding lelaki walaupun terdapat jurang umur (Yu et al., 2016). Hakikatnya, penggunaan media baharu ini bebas digunakan (Hunsaker & Hargittai, 2018) oleh setiap lapisan masyarakat dan generasi tidak kira jantina, umur, pekerjaan, pendapatan dan tahap pendidikan (Friemel, 2016). Di Malaysia, jika diperhatikan penggunaan media sosial seperti *Facebook*, *Instagram* dan *Whatsapp* antara lelaki dan perempuan tidak jauh bezanya. Ini disebabkan keduanya memerlukan media sosial untuk tujuan-tujuan tertentu, seperti menghubungi keluarga, rakan dan mencari, berkongsi maklumat dan sebagainya.

Pendidikan

Pendidikan merupakan aspek yang dititikberatkan oleh masyarakat di seluruh dunia sejak zaman dahulu. Ia mampu mewujudkan impak yang besar terhadap pelbagai peluang kehidupan manusia bagi mendapatkan dan mengekalkan kualiti hidup. Ia juga adalah asas kepada pembangunan dan perkembangan individu yang kemudiannya membawa kepada kemajuan terhadap bangsa ke arah merealisasikan wawasan negara. Dalam penggunaan media sosial, aspek pendidikan ini mempengaruhi tahap dan cara penggunaan. Konig et al. (2018) dan Silver (2014), menjelaskan individu yang mempunyai tahap pendidikan yang lebih tinggi cenderung kepada penggunaan Internet. Logiknya, golongan yang mempunyai tahap pendidikan tinggi ini sudah tentu mempunyai kemahiran terhadap penggunaan media sosial bagi mencari dan berkongsi maklumat selain untuk menghubungi kenalan. Ini juga dibuktikan dengan kajian Anderson & Perrin (2017) yang mendapati bahawa kelompok warga emas yang mempunyai ijazah dari kolej dan universiti lebih gemar menggunakan media sosial sehingga 92% dibandingkan dengan mereka yang tidak mempunyai ijazah, 76% dan mereka yang pendidikan hanya di sekolah menengah, 49%. Hal ini boleh dibandingkan dengan generasi-generasi muda pada masa kini, tidak kira seseorang itu mempunyai pendidikan yang tinggi ataupun tidak, mereka tetap mahir untuk menggunakan media sosial dengan beberapa tujuan, antaranya untuk berhibur dan bermain *game*.

Ini bermakna, semakin tinggi tahap pendidikan seseorang, mereka lebih cenderung untuk menggunakan media sosial kerana adanya kemahiran terhadap penggunaan media sosial. Pada hari ini, media sosial tidak terlepas dari sumber rujukan bagi mencari dan berkongsi sebarang maklumat. Oleh sebab itu aspek pendidikan amat penting terhadap setiap individu. Pendidikan bukan sahaja ilmu untuk menghadapi sesuatu ujian atau peperiksaan, malah pendidikan juga merupakan satu ilmu untuk hidup. Tanpa pendidikan, seseorang itu tidak dapat mengurus kehidupan dengan baik seperti tidak menggunakan media sosial dengan cara yang betul selain tidak dapat mengenal pasti sesuatu maklumat itu dari sumber rujukan yang betul ataupun tidak.

Usia

Julat umur mempengaruhi tempoh masa yang digunakan untuk media sosial. Berdasarkan *Internet User Survey* (2018), majoriti pengguna media sosial menghabiskan masa sebanyak 13-

18 jam sehari. Namun, penggunaan media ini berbeza mengikut usia. Bagi pengguna berumur 20 tahun ke bawah, mereka meluangkan masa terhadap penggunaan Internet dan media sosial sebanyak 6.7 jam. Namun, berbeza dengan pengguna yang berusia 20an, golongan ini menggunakan sebanyak 8 jam sehari sekali gus pengguna ini merupakan golongan yang mempunyai jumlah tertinggi terhadap penggunaan media sosial. Mereka kerap menggunakan media sosial untuk tujuan pelajaran, pekerjaan dan hiburan seperti bermain *game* dan menonton *movie*. Bagi mereka yang berusia 40an pula, mereka meluangkan masa sebanyak 5.9 jam sehari, berbeza dengan pengguna yang berusia 50 tahun, mereka menggunakan masanya 4.5 jam sehari. Manakala mereka yang dikategorikan sebagai warga emas iaitu yang berusia 60 tahun ke atas sebanyak 3.7 jam sehari. Perbezaan berikut berlaku apabila tidak semua warga emas mahir menggunakan media sosial.

Kebiasaannya, generasi muda cenderung untuk menggunakan media sosial dalam tempoh yang lebih lama berbanding dengan generasi tua. Namun, kajian oleh Toh & Khor (2012) mendapati tiada perbezaan yang signifikan terhadap tempoh penggunaan media sosial oleh ketiga-tiga generasi tersebut. Jelas para pengkaji lagi, warga emas merupakan generasi yang cenderung menghabiskan lebih masa terhadap media sosial. Ini dibuktikan dengan warga emas ini menggunakan media sosial bagi tujuan menghubungi kenalan yang sudah lama terputus dan ingin mengekalkan hubungan dengan kenalan yang sudah lama tidak berjumpa. Tambahan lagi, warga emas dan golongan pertengahan generasi X juga bermain *game* kerana mereka mempunyai lebih banyak masa yang terluang, berbanding dengan generasi yang lain. Ini disebabkan generasi Y tidak merasakan *Facebook* ini sesuatu yang bernilai meskipun terdapat manfaat dan kelebihan tertentu. Walau bagaimanapun, kajian yang menyatakan warga emas lebih banyak menghabiskan masa menggunakan media sosial adalah sedikit.

Kesimpulannya, warga emas tidak menggunakan masa yang lama terhadap penggunaan media sosial, berbanding dengan generasi Y, Z dan alpha. Peningkatan usia seseorang menjadikan warga emas kurang gemar meluangkan masa yang lama terhadap penggunaan media sosial. Warga emas menggunakan media sosial cukup sekadar menghubungi keluarga bagi mendapatkan maklumat yang penting selain dari bertanya khabar kepada anak-anak, menantu dan cucu. Walau bagaimanapun, terdapat juga warga emas yang meluangkan masa untuk membuat belian dalam talian (Dhanapal et al., 2015). Bagi warga emas, membuat belian secara atas talian dapat menjimatkan masa dari membeli sendiri barangan di kedai atau premis tertentu.

Pendapatan

Pendapatan ialah jumlah harta yang diperoleh dari usaha atau pekerjaan yang biasanya dikira secara harian, mingguan, bulanan dan tahunan. Tahap pendapatan seseorang dikaitkan dengan penggunaan media sosial dalam kalangan warga emas kerana mampu membayar bil dan kos Internet pada setiap bulan. Menurut Grande (2015), semakin tinggi pendapatan individu, mereka lebih cenderung untuk menggunakan media sosial kerana penggunaan media sosial memerlukan Internet yang berbayar secara harian ataupun bulanan. Lebih dari itu, mereka tidak sibuk untuk memikirkan tentang kerja kerana berkemampuan untuk menyara kehidupan. Mereka mempunyai lebih masa berbanding dengan golongan yang berpendapatan rendah kerana mungkin masih mencari-cari nafkah dan sumber rezeki untuk meneruskan kehidupannya.

Di United States, warga emas yang mempunyai pendapatan USD50 ribu setahun merupakan pengguna tertinggi media baharu, masing-masing dengan 94% dan 90% (Anderson & Perrin, 2017). Penggunaan media sosial yang memerlukan Internet ataupun *wifi*, menyebabkan seseorang itu perlu membuat bayaran secara bulanan, mingguan mahu pun harian kepada syarikat Telco dengan kadar tertentu. Peratus penggunaan media sosial menurun kepada 67%. Pengguna media sosial yang berpendapatan rendah juga menurun kepada 46% bagi mereka yang berpendapatan rendah. Mungkin mereka yang berpendapatan rendah tidak mampu untuk membayar bil Internet yang agak tinggi. Jika hanya ingin mencari maklumat yang sedikit di media sosial mungkin tidak menjadi masalah untuk seseorang itu membeli *data*. Tetapi, jika seseorang individu itu menggunakan medium ataupun aplikasi yang memerlukan kelajuan Internet seperti *YouTube* dan *Instagram*, kos yang diperlukan untuk membeli dan melanggan Internet agak tinggi dan berada di luar kemampuan bagi mereka yang berpendapatan rendah. Oleh sebab itu, warga emas yang berpendapatan rendah kurang menggunakan media sosial berbanding dengan mereka yang berpendapatan kukuh dan tinggi. Kesimpulannya, warga emas yang berpendapatan tinggi sebelum bersara cenderung untuk penggunaan media sosial, jika dibandingkan dengan mereka yang tidak mempunyai pendapatan yang kukuh.

Pekerjaan

Pekerjaan seseorang itu dikaitkan dengan penggunaan media sosial dalam kalangan warga emas. Ia boleh mempengaruhi kerana tabiat sesuatu pekerjaan mempengaruhi kelapangan masa seseorang dalam penggunaan media sosial. Kajian Brandtzaeg et al. (2010) mendapati responden berusia 50 tahun yang bekerja sebagai ahli perniagaan dan mendapat pendidikan di universiti menggunakan media baharu seperti *Facebook* selama 5 jam seminggu. Jika dibandingkan dengan mereka yang berusia 43 tahun yang bekerja sebagai seorang peniaga runcit, mereka hanya menggunakan media sosial selama 2 jam seminggu. Jika difikirkan secara logik, sememangnya mereka yang menjadi seorang ahli perniagaan lebih banyak menggunakan media sosial dengan tujuan penjenamaan dan mempromosikan produk. Ini kerana mereka berniaga bukan secara kecil-kecilan dalam komuniti yang kecil, bahkan mereka berniaga secara besar-besaran sehingga melibatkan negara luar. Ini sangat berbeza dengan warga emas yang berniaga secara kecil-kecilan di kedai runcit. Kebiasaannya, pelanggan yang mengunjungi ke kedai-kedai runcit biasanya datang dari kawasan sekitar seperti di taman perumahan dan kawasan kampung. Ringkasnya, setiap bidang pekerjaan yang diceburi mempengaruhi dan menjadi faktor warga emas untuk menggunakan media sosial. Warga emas yang berada dalam kalangan ahli yang profesional dan bekerja dalam kelas pertama lebih banyak menghabiskan masa di media sosial.

Tempat tinggal & Etnik

Perbezaan tempat tinggal mempengaruhi kehidupan seseorang di sesuatu tempat kerana tempat yang tiada capaian atau lemah capaian Internet mempengaruhi penggunaan media sosial. Perrin (2015) menyatakan lebih daripada separuh penduduk di luar bandar menggunakan media sosial. Pada tahun 2015, penggunaan media sosial semakin meningkat tidak kira di mana tempat

tinggal mereka. Sebanyak 58% pengguna media sosial menetap di luar bandar, 68% tinggal di pinggir bandar dan 64% merupakan penduduk bandar yang merupakan tumpuan pelbagai aktiviti penduduk termasuklah pendidikan sosial, ekonomi, politik dan infrastruktur. Perbezaan disini mungkin kerana beberapa sebab, antaranya kurang menggunakan media atas sebab bekerja di luar bandar dan sebagainya.

Dari sudut etnik dalam kalangan warga emas pula, tidak mempunyai perbezaan yang ketara terhadap penggunaannya. Di sini, dapat dikenal pasti bahawa penggunaan media sosial bebas digunakan oleh sesiapa sahaja, tidak mengenal warna kulit dan etnik, dengan syarat seseorang itu mestilah mempunyai jaringan Internet. Bagi mereka yang berkulit putih dan Hispanik, masing-masing dengan jumlah yang sama, iaitu 65% manakala Afrika-Amerika sebanyak 56% yang menggunakan media sosial. Dalam konteks Malaysia pula, semua kaum seperti kaum Melayu, Cina, India dan lain-lain turut menggunakan media sosial. Malah, tiada perbezaan terhadap penggunaan media sosial ini kerana masing-masing mempunyai kehendak untuk menggunakan media sosial, selain ia menjadi satu keperluan bagi mereka yang betul-betul ingin mencari maklumat atas urusan belajar dan kerja.

Kesimpulannya, penggunaan media sosial bebas digunakan oleh sesiapa sahaja tidak kira warna kulit, etnik dan juga tempat tinggal. Ini disebabkan oleh penggunaan media sosial tidak terhad dan tidak terbatas kepada golongan tertentu. Fitrahnya, semua manusia bebas membuat apa sahaja asalkan tidak terpesong dari norma-norma tertentu. Oleh itu, perbezaan sesebuah etnik langsung tidak menghadkan mereka dalam penggunaan media sosial pada masa kini.

Kesimpulan

Penggunaan media sosial penting serta merupakan suatu keperluan dalam kehidupan seharian bukan setakat kepada generasi muda tetapi juga kepada warga emas. Pada zaman yang serba moden ini, tidak alasan kepada seseorang itu untuk tidak boleh berhubung dengan keluarga kerana mempunyai kecanggihan teknologi yang terdapat kepelbagaian aplikasi media sosial yang boleh digunakan. Perhubungan menerusi media sosial biarpun berjauhan tetapi sekurang-kurangnya ia menjadi medium untuk bertanya khabar dan boleh melegakan hubungan antara warga emas dengan anak cucu. Mereka berasa diri mereka sering dihargai kerana anak-anak sering menghubungi mereka melalui aplikasi media sosial walaupun jarang dapat bersua muka atas faktor tinggal berjauhan disebabkan tuntutan kerja, belajar dan sebagainya. Secara tidak langsung masalah psikologi seperti kesunyian dan tekanan dalam kehidupan dapat dikurangkan.

Namun, tidak semua warga emas boleh menerima dan menggunakan media sosial atas pelbagai faktor. Berdasarkan kepada sorotan kajian lepas, antara faktor yang signifikan ialah pendidikan dan pendapatan sahaja. Manakala ada yang kurang signifikan iaitu usia, jantina, pekerjaan dan tempat tinggal. Tidak dinafikan, teknologi Internet masa kini boleh digunakan dan dicapai oleh sesiapa sahaja hampir di seluruh Malaysia termasuk di luar bandar. Tetapi masih ada sesetengah tempat yang sukar untuk mendapat capaian Internet atas sebab ketiadaan kemudahan capaian Internet. Oleh itu, anak-anak dan ahli keluarga perlu memikirkan kaedah yang sesuai untuk memastikan warga emas boleh berhubung biarpun berada di kejauhan dan faktor yang signifikan ini perlu diberikan perhatian. Pihak berwajib dan seluruh masyarakat

perlu berperanan untuk memastikan kesejahteraan kepada warga emas khususnya apabila Malaysia mencapai negara tua menjelang 2030.

Rujukan

- Amran Hassan, Noriah Mohamed & Zubaidah Rasol. 2013. Perasaan ‘loneliness’ @ Kesunyian dan strategi daya tindak dalam kalangan penghuni warga emas di Rumah Seri Kenangan Cheras. *Jurnal Pembangunan Manusia dan Komunikasi*, 2, 89–103
- Anderson, M. & Perrin, A. 2017. Technology use among seniors. *Pew Research Center Internet and Technology*.
- Brandtzaeg, P. B., Luders, M. & Skjetne, J. H. 2010. Too Many Facebook “Friends”? Content sharing and sociability versus the need for privacy in social network Sites. *International Journal of Human-Computer Interaction* 26(11-12): 1006-1030.
- Dhanapal, S., Vashu, D. & Subramaniam, T. 2015. Perception on the challenges of online Purchasing: A study from “baby boomers”, generation “X” and generation “Y” point of views. *Contaduria Administration* 60:107-132.
- Dutton, W. & Blank, G. 2013. Cultures of the Internet : the Internet in Britain .Oxford Internet Survey 2013 report. *OxIS* 1–62.
- 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. & Viacens F. M. 2017. Connected for development? theory and evidence about the impact of Internet technologies on poverty alleviation. *Development Policy Review* 35(3):315–36.
- Gilleard C. & Higgs P. 2008. Internet use and the digital divide in the English longitudinal study of ageing. *European Journal of Ageing* 5(3):233–239.
- Gonzalez, A., Ramirez, M. P. & Viadel, V. 2012. Attitudes of the elderly toward information and communications technologies. *Educational Gerontology* 38(9):585–594.
- Grande, S. 2015. Factors That Influence Use of Social Media Among Older Adults Thesis. Master Thesis California State University, Long Beach.
- Hunsaker, A. & Hargittai, E. 2018. A review of Internet use among older adults. *New Media and Society* 20(10): 3937-3954.
- Internet User Survey. Statistical brief number twenty-three. 2018. Malaysian Communication and Multimedia Commission.
- Jabatan Kebajikan Masyarakat. 2017. <http://www.jkm.gov.my/jkm/index.php?r=negeri/program&negeri=PRK&id=V3RMMmtHdnBFS1NrMHhJQzduWlk0Zz09&year=2017>
- Kaur, N. & Sahdef, S. L. Fighting Covid-19 with technology and innovation, evolving and advancing with technological possibilities. *International Journal of Advanced Research and Engineering and Technology*. 11(7): 395-405.
- Kementerian Pembangunan Wanita, Keluarga dan Masyarakat (2015) Perangkaan wanita, keluarga dan masyarakat. Putrajaya; Kementerian Pembangunan Wanita Keluarga dan Masyarakat.

- Kietzzman, J., Hermskens, K., McCarthy, I. P. & Silvestre, B. 2011. Social media? Get serious! Understanding the functional building blocks of social media. *Business Horizons* 54(3):241–251.
- 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.
- Lembaga Penduduk dan Pembangunan Keluarga Negara. (2015). Laporan Tahunan. <https://www.lppkn.gov.my/index.php/2014-04-23-06-10-37/laporan-tahunan/843-laporan-tahunan-lppkn-2015/file>
- 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.
- Maideen S. F. K, Sidik, S. M., Rampal, L., & Mukhtar F. (2014). Prevalence, associated factors and predictors of depression among adults in the community of Selangor, Malaysia. *PLoS ONE*, 9(4), 1-14.
- Muhammad Zaiamri Zainal Abidin & Amira Sariyati Firdaus. 2016. Cabaran dan pengadaptasian warga emas dalam persekitaran jaringan digital. *Jurnal Komunikasi* 32(1). 581–606.
- 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.
- Nik Norliati Fitri & Suriati Ghazali. 2016. Loneliness and its impacts to the health of elderly in rural Pahang. *International Journal of Environment, Society and Space* 4(1), 29-37.
- Noor Izzati Mohd Zawawi, Fariza Md. Sham, & A'dawiyah Ismail. 2019. *Stres menurut sarjana barat dan Islam*. *International Journal of Islamic Thought (IJIT)* 16, 85-97.
- Perrin, A. 2015. Social media usage: 2005-2015. 65% of adults now use social networking sites – a nearly tenfold jump in the past decade.
- Portal Rasmi Jabatan Perangkaan Malaysia. Sumber Statistik Rasmi Malaysia. Anggaran Penduduk Semasa Malaysia 2020. https://www.dosm.gov.my/v1/index.php?r=column/cthemByCat&cat=155&bul_id=OVByWjg5YkQ3MWFZRTN5bDJiaEVhZz09&menu_id=L0pheU43NWJwRWVVSZklWdzQ4TlhUUT09.
- Silver, M. P. 2014. Socio-economic status over the lifecourse and Internet use in older adulthood. *Ageing and Society* 34(6): 1019–1034.
- Sims, T., Reed, A. E. & Carr, D. C. 2017. Information and communication technology use is related to higher well-being among the oldest-old. *Journals of Gerontology - Series B Psychological Sciences and Social Sciences* 72(5): 761–770.
- Siti Marziah Zakaria, Khadijah Alavi & Nasrudin Subhi. 2013. Risiko Kesunyian Dalam Kalangan Warga Tua Di Rumah Seri Kenangan. *Journal of Psychology & Human Development* 1(1): 49-56.
- Smith, A. & Anderson, M. 2018. Social media use in 2018. *Pew Research Centre Internet & Technology*.
- Sohana Abdul Hamid. 2016. Pengaruh media massa terhadap masyarakat. *Jurnal Sains dan Kemanusiaan* 13(4):214–226.
- Subramaniam, V. & Norizan Abd. Razak. 2014. Examining language usage and patterns in online conversation: communication gap among generation y and baby boomers. *Procedia - Social and Behavioral Sciences* 118: 468–474.

- Teng, C. E. & Joo, T. M. 2017. Analyzing the usage of social media: a study on elderly in Malaysia. *Journal of Humanities and Social Sciences* 11(3): 737–743.
- Toh, S. C. & Khor, C.C. 2012. Patterns of Facebook usage among baby boomers, generation X and generation Y in Malaysia. *World Conference of Information Technology. Pulau Pinang: Center For Instructional Technology and Multimedia, Universiti Sains Malaysia.*
- Van Deursen, A. J. A. M. & Helsper, E. J. 2015. A nuanced understanding of Internet use and non-use among the elderly. *European Journal of Industrial Ergonomics* 25(5): 491-495.
- Venter, E. 2017. Bridging the communication gap between generation y and the baby boomer generation. *International Journal of Adolescence and Youth* 22(4):497–507.
- 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.
- Zickuhr, K. & Madden, M. 2012. Older adult and Internet use. *Pew Research Centre, Internet and Technology.*
- Zickuhr, K. 2013. Who's not online and why Internet but not at home. *Pew Research Center's Internet & American Life Project.*