

Jurnal Personalia Pelajar 23(1): 1-6

Impak Media Baharu Terhadap Patriotisme Belia di Malaysia
(*New Media Impact Towards Youth Patriotism in Malaysia*)

NUR AISHAH ZAINAL*, MOHD AZUL MOHAMAD SALLEH & WAN AMIZAH WAN MAHMUD

ABSTRAK

Patriotisme sering dikaitkan dengan konsep yang berkaitan dengan kenegaraan. Sentimen patriotisme berkembang luas dan meliputi pelbagai negara di peringkat global. Tahap patriotisme belia di negara ini perlu dipertingkatkan dengan penggunaan media baharu. Medium media baharu yang berasaskan Internet amat membantu dalam menyebarkan pelbagai jenis maklumat yang ingin disalurkan khususnya informasi kenegaraan. Aspek patriotisme seharusnya diberi penekanan secara terperinci dan haruslah dipupuk dalam kalangan rakyat Malaysia. Paparan maklumat menerusi medium komunikasi ini mempengaruhi pengguna dan sekaligus memberi kesan kepada golongan belia. Sememangnya tahap kesedaran kumpulan masyarakat khususnya golongan belia terhadap aspek patriotisme adalah kurang memberangsangkan dan perlu dipertingkatkan secara menyeluruh. Kekurangan semangat patriotisme cenderung kepada pelbagai faktor semasa seperti sikap seseorang individu. Hal ini seharusnya diberi penekanan yang sewajarnya kerana berupaya menjadi sebahagian daripada entiti negara. Kajian yang dilakukan dengan menggunakan kaedah survei adalah untuk melihat sejauh mana peranan media baharu memberikan impak terhadap patriotisme belia di Malaysia. Oleh yang demikian, berpaksikan kepada Teori Penyuburan yang dipelopori oleh George Gerbner dan Larry Gross (1976), kertas konseptual ini membincangkan secara spesifik berkaitan impak yang wujud menerusi teknologi media baharu terhadap penyuburan patriotisme belia di Malaysia.

Kata kunci: Media baharu, komunikasi, patriotisme, impak, belia

ABSTRACT

Patriotism is often associated with the concepts related to citizenship. The sentiments of patriotism are widespread and cover many countries globally. The youth patriotism level in the country needs to be enhanced with the use of new media. The new media-based Internet medium is very helpful in disseminating of information that we want to convey, particularly national information. This patriotism aspect should be emphasized in details among Malaysians. The dissemination of information through this communication medium affects the youth. Indeed, the level of community awareness especially youth patriotism is less favorable and needs to be improved overall. Lack of patriotism was influenced by variety factors. Among the contributors to this issue is the attitude of an individual. This should be emphasized because it will be able to be part of the national entity. The study was conducted using the survey method to see how far the role of the new media has given an impact on cultivating youth patriotism in Malaysia. Therefore, based on the Cultivation Theory founded by George Gerbner and Larry Gross (1976), this conceptual paper will discuss specifically the impact of emerging new media technologies in cultivating of youth patriotism in Malaysia.

Keywords: *New media, communication, patriotism, impact, youth*

PENGENALAN

Patriotisme sering dikaitkan dengan konsep yang berkaitan dengan kenegaraan. Bar-Tal & Staub (1997) mendefinisikan patriotisme sebagai kesetiaan kepada anggota masyarakat dan tanahair sendiri. Bas (2016) pula menyatakan patriotisme sebagai kebajikan, tanggungjawab dan keperluan sementara masyarakat. Elemen patriotisme ini amat penting untuk dipupuk bagi menyumbang kepada pembentukan masyarakat yang produktif dan berhemah tinggi. Menurut Ahmad Zaharuddin et al. (2014), patriotisme merupakan sebahagian daripada nilai murni yang perlu dijiwai dan diamalkan oleh masyarakat Malaysia. Perkara ini dilihat amat wajar bagi setiap individu khususnya generasi muda untuk menjadikannya sebagai satu amalan atau pegangan yang perlu disemai dalam jiwa masing-masing. Situasi ini merupakan kelangsungan negara dalam menghadapi era pasca modenisme dan dikenali sebagai masyarakat majmuk. Patriotisme juga adakalanya bergantung kepada tindakan simbolik seperti mempamerkan bendera, menyanyikan lagu kebangsaan, menyertai perhimpunan berunsurkan kenegaraan secara beramai-ramai, atau pelbagai cara untuk menyatakan kesetiaan kepada negara pada peringkat umum. Walaubagaimanapun, masyarakat masa kini seolah-olah melupai kepentingan memupuk semangat patriotisme dalam diri masing-masing. Hal ini kerana seringkali dilihat generasi muda tidak mengendahkan isu yang menonjolkan semangat patriotisme seperti bangga akan pencapaian negara serta budaya bangsa dan sebagainya.

Aspek patriotisme dikategorikan kepada dua jenis. Dua perspektif patriotisme yang dimaksudkan adalah patriotisme buta (*blind patriotism*) dan patriotisme konstruktif (*constructive patriotism*). Menurut Tuan Pah et al. (2016), perspektif patriotisme buta merupakan keadaan sokongan tidak kritikal terhadap tindakan oleh sesuatu kumpulan. Manakala, patriotisme konstruktif atau dikenali sebagai patriotisme kritikal (*critical patriotism*) adalah kesedaran kritikal mengenai kepentingan kesetiaan oleh sesuatu kumpulan. Matlamat patriotisme konstruktif berpaksikan penambahbaikan dan peningkatan sistem sosial semasa yang kemudiannya menyumbang kepada pembangunan negara. Dua jenis patriotisme ini adalah berbeza. Ini kerana patriotisme buta menekankan kepada kerjasama menerusi politik konservatif atau identiti parti politik. Berbeza dengan patriotisme konstruktif, aspek patriotisme ini lebih menekankan kepada kerjasama melalui kecekapan pelaksanaan politik, ilmu pengetahuan politik, pengumpulan maklumat politik dan aktiviti politik. Oleh yang demikian, patriotisme konstruktif dilihat

lebih membantu dalam memperkuat agenda patriotisme seperti memperkasakan nilai patriotisme dalam kalangan belia di Malaysia.

Patriotisme dan belia sememangnya mempunyai saling perkaitan. Belia menjadi pewaris dalam mencorakkan masa depan negara. Belia perlu mendalami proses pembangunan intelektual dan fizikal secara seimbang. Belia yang kompetitif perlu menerapkan semangat patriotisme dan perpaduan di samping mempunyai rasa kepunyaan atau *sense of belonging* tidak mengira bangsa, agama mahupun latar belakang yang berbeza. Hamid et al. (2017) menyatakan bahawa golongan muda khususnya kumpulan belia seharusnya mempunyai semangat patriotisme yang tinggi bagi menjamin kelangsungan keteguhan negara. Tahap patriotisme bagi golongan ini mampu memacu pembinaan, kemajuan dan sekaligus berupaya mengekalkan keharmonian negara. Maju dan mundurnya sesebuah negara adalah bergantung kepada sikap belia itu sendiri. Memandangkan belia adalah input terpenting kepada pembangunan negara, maka golongan ini harus memiliki kuasa istimewa untuk bersaing dan perlu memiliki serta menanamkan semangat cinta akan negara yang tinggi dalam diri mereka.

Sentimen patriotisme berkembang luas dan meliputi pelbagai negara di peringkat global. Dalam era dunia tanpa sempadan ini, pelbagai senario antarabangsa yang berlaku memperlihatkan banyak negara termasuklah kuasa besar kembali rancak memperkasakan semangat patriotik dalam kalangan rakyatnya. Pelbagai pihak mempunyai pendekatan yang tersendiri tetapi berupaya berkongsi matlamat nasional yang sama iaitu mendidik warganegara agar mempunyai patriotisme yang kukuh (Ku Hasnita & Mohd Haizam 2011). Dalam kaji selidik antarabangsa 2019 yang dijalankan memperlihatkan lima negara yang sangat patriotik di peringkat global. Jadual 1 menunjukkan lima negara yang menduduki tangga teratas tahap patriotik.

Negara paling patriotik yang dinyatakan adalah berdasarkan kepada kumpulan survei di negara yang terpilih di seluruh dunia. Dalam kajian yang sama, terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi tahap patriotisme di sesebuah negara. Pertamanya adalah masyarakat yang mempunyai pemikiran yang sama dengan prinsip kehidupan mereka. Faktor yang kedua adalah keselamatan dan faktor ketiga yang mempengaruhi tahap patriotisme adalah kekayaan. Walaubagaimanapun, terdapat juga responden yang dipercayai bahawa kawasan yang mempunyai kepelbagaian budaya adalah ancaman kepada tahap

JADUAL 1. Senarai negara paling patriotik 2019

Bil.	Negara	Peratus (%)
1	Amerika Syarikat	41
2	India	35
3	Australia	34
4	Emiriah Arab Bersatu	27
5	Arab Saudi	25

Sumber: *World Population Review 2019*

patriotisme.

Tahap patriotisme belia di negara ini perlu dipertingkatkan dengan penggunaan media baharu. Medium media baharu yang berasaskan Internet amat membantu dapat menyebarkan pelbagai jenis maklumat yang ingin disalurkan. Walaubagaimanapun, pada masa kini penggunaan semua jenis medium media baharu menjadi saluran yang paling banyak digunakan oleh masyarakat berbanding media cetak dan elektronik untuk menyampaikan atau menerima maklumat berkaitan dengan sesuatu isu. Hal ini disebabkan sifat media itu sendiri yang dilihat lebih cepat dan pantas dalam memberi atau menerima sebarang maklumat. Penggunaannya sudah menjadi kebiasaan dan keperluan bagi masyarakat dunia masa kini. Media ini juga telah terbukti menjadi alat atau perantara terpenting dalam menyampaikan maklumat dan mesej tertentu. Sebagai sebuah institusi penting dalam masyarakat, media sering kali menjadi tumpuan dalam usaha memahami proses perkembangan dan perubahan masyarakat (Hazlin et al. 2016).

Media baharu yang wujud turut memaparkan dan menyampaikan maklumat yang berkaitan dengan informasi kenegaraan. Masyarakat masa kini bergantung kepada media untuk mencari dan meneliti maklumat terkini yang berkaitan. Menurut Etman (1989), kebergantungan antara pengguna terhadap sesuatu informasi itu adalah merupakan salah satu cara untuk memahami situasi yang berlaku di antara audiens dan pemprosesan maklumat berkenaan. Paparan maklumat menerusi medium ini mempengaruhi pengguna dan sekaligus memberi kesan kepada masyarakat. Pengaruh maklumat yang disampaikan melalui media menjadi satu proses pembelajaran dan pemprosesan informasi di antara media dan pengguna.

Masyarakat khususnya golongan belia masa kini perlu lebih memahami dan peka terhadap pemaparan informasi kenegaraan yang disalurkan oleh pelbagai pihak. Justeru, saluran media baharu menjadi medium yang tepat untuk menyampaikan maklumat yang berkaitan. Menerusi medium ini, masyarakat akan menjadi lebih peka dan mempunyai daya kecenderungan untuk dipengaruhi melalui

maklumat yang disampaikan. Walaupun golongan belia mementingkan maklumat berkaitan dengan pelbagai aspek lain seperti hiburan, ekonomi dan sebagainya, namun informasi kenegaraan juga perlu menjadi keutamaan sebagai bahan rujukan utama untuk lebih memahami sesebuah negara dan sekaligus memupuk nilai patriotisme dalam diri mereka.

KAJIAN LEPAS

Tahap Kesedaran Patriotisme dalam Kalangan Belia

Media baharu seharusnya memberikan impak yang positif terhadap maklumat yang disalurkan kepada belia untuk meningkatkan patriotisme. Ini kerana tahap patriotisme dalam kalangan belia masih rendah di Malaysia. Golongan ini dilihat kurang memahami erti kenegaraan, tiada semangat patriotisme dan cetek pengetahuan berkaitan dengan negara. Fenomena ini menyebabkan golongan muda kurang mempunyai pengetahuan dan semangat patriotisme dalam diri sendiri. Seandainya informasi seumpama ini dipaparkan secara bermusim, proses pembelajaran kurang mendapat tempat dalam kalangan belia. Hal ini juga disokong oleh kenyataan Nazri & Jamsari (2004) yang menyatakan bahawa sememangnya semangat patriotisme kelihatan agak longgar dalam kalangan masyarakat khususnya generasi muda masa kini. Semangat patriotisme haruslah diperbaiki dan dipertingkatkan kerana belia adalah penentu halatuju negara.

Tahap kesedaran terhadap isu patriotisme menjadi aspek terpenting dilihat oleh pengkaji. Mohd. Ayop (2015) menyatakan bahawa kesedaran terhadap isu ini juga kurang mendapat tempat di hati masyarakat di negara ini. Selain pendekatan dalam penyaluran maklumat yang kurang berkesan, tahap kesedaran masyarakat dalam aspek patriotisme juga kurang menonjol berbanding dengan negara luar. Beliau juga menyatakan bahawa negara seperti Jepun dan Amerika Syarikat (AS) adalah contoh negara yang memiliki

semangat patriotisme yang tinggi dalam kalangan rakyatnya. Dalam Kaji Selidik Nilai Sedunia pada 1981-1982, 1990-1991 dan 1995-1996 didapati 96 hingga 98 peratus rakyat Amerika Syarikat (AS) menyatakan bahawa masyarakatnya sangat berbangga dengan negara masing-masing. Kajian itu juga mendapati AS berada di tangga teratas dari segi semangat patriotik. Penyelidikan itu juga telah mendapati bahawa elemen patriotisme di negara tersebut diterapkan dalam semua bidang kehidupan merangkumi politik, ekonomi, keselamatan, sosial dan hubungan diplomatik.

Noor Mohamad Shakil (2014) pula menyatakan kajian berkaitan indeks patriotisme pernah dilaksanakan oleh Biro Tatanegara (BTN) pada tahun 2014 yang membabitkan 1,200 responden dalam kalangan penuntut institusi pengajian tinggi (IPT) awam dan swasta. Hasil kajian itu mendapati bahawa Indeks Patriotisme Negara ini dalam kalangan penuntut berada pada skor rendah iaitu pada purata 3.8. Hasil dapatan ini menunjukkan indeks patriotisme dalam kalangan anak muda berada pada tahap yang rendah dan memberi gambaran awal bahawa generasi muda masa kini memiliki tahap patriotisme yang mengecewakan. Ruhanie (2005) menyatakan bahawa golongan muda masa kini kurang cinta dan sayangkan tanahair sendiri. Tahap patriotisme yang rendah menyebabkan pelbagai inisiatif yang dilakukan tidak mendatangkan manfaat. Ini kerana dengan hanya menyifatkan generasi muda sebagai khazanah negara yang bernilai adalah tidak memadai memandangkan golongan ini lebih cenderung untuk mencetuskan bahaya sosial yang boleh menggugat kemerdekaan, kedaulatan, kesejahteraan dan *survival* negara bangsanya.

Pemupukan Elemen Patriotisme Menerusi Media Baharu

Elemen patriotisme amat penting untuk diterapkan melalui media baharu khususnya menerusi pemaparan pelbagai informasi kenegaraan. Ini kerana berdasarkan kepada tahap patriotisme belia yang masih rendah dan kurang memuaskan, pengetahuan dalam aspek ini perlu diberi penekanan yang sewajarnya dan sekaligus menjadi proses pembelajaran berkesan kepada golongan muda. Medium media baharu menjadi saluran yang amat dekat di hati pengguna khususnya belia berlandaskan kepada faktor mudah digunakan dan kecepatan dari segi penyampaian maklumat. Generasi muda juga perlu diberi ruang dan peluang untuk menghayati unsur patriotisme dalam maklumat kenegaraan yang disalurkan menerusi media baharu. Transformasi ini memberi satu platform atau landasan terbaik kepada golongan muda untuk mengekspresikan rasa cinta terhadap negara ini.

Sebagai contoh, media sosial seperti *Instagram* dan *Facebook*. Laman ini memberi ruang kepada generasi muda untuk meningkatkan semangat patriotisme dalam diri sendiri dengan memuatnaik gambar bendera Jalur Gemilang. Selain itu, saluran media sosial yang lain seperti *YouTube* juga menjadi satu ruang kepada belia untuk memuatnaik hasil karya berunsurkan penerapan semangat patriotisme menerusi penghasilan pelbagai video muzik, lagu dan filem pendek. Strategi ini secara tidak langsung dapat membuatkan belia akan lebih berasa dihargai dan mampu menyumbangkan sesuatu kepada pembangunan negara. Aspek ini boleh divariasikan mengikut citarasa golongan muda yang menginginkan ruang dan peluang untuk membina dan mencipta sesuatu kelainan. Usaha untuk membentuk dan melahirkan generasi yang berwawasan haruslah mengambil kira faktor perkembangan semasa agar ianya sejajar dengan kehendak dan keperluan masa kini (Berita Harian 2016).

Belia seharusnya mempunyai kesedaran untuk memupuk aspek patriotisme dalam diri mereka sendiri. Sarjit et al. (2015) menyatakan bahawa golongan muda mempunyai peranan penting dalam memastikan kedaulatan negara terbelas dengan meningkatkan semangat patriotisme dan keharmonian sosial. Ini kerana, pada masa kini generasi muda semakin terdedah dengan pelbagai media sosial baharu yang membuka kotak 'pemikiran' generasi belia. Terdapat segelintir belia yang mulai mengalami hakisan semangat patriotisme sehingga boleh memberi kesan kepada usaha merealisasikan pembentukan belia yang lebih patriotik. Dalam hal ini, generasi muda khususnya belia wajar meningkatkan kesedaran melalui semangat patriotisme untuk kesejahteraan negara.

Impak Media Baharu Terhadap Patriotisme Belia

Penerapan nilai patriotisme bukan hanya perlu dilaksanakan melalui pendidikan subjek Sejarah di sekolah sahaja. Aspek ini juga perlu diterapkan kepada golongan muda menerusi media baharu. Media baharu memberikan impak yang meluas terhadap aspek patriotisme belia. Hal ini disebabkan sifat media itu sendiri yang dilihat lebih cepat dan pantas dalam menyebarkan sebarang maklumat. Media baharu sememangnya amat membantu dalam meningkatkan tahap patriotisme belia di negara ini. Penggunaan media baharu menjadi satu saluran yang paling tepat untuk memberikan pengetahuan dan sekaligus meningkatkan kesedaran kepada setiap individu untuk menghayati setiap paparan maklumat yang disampaikan. Azimah (2017) menjelaskan bahawa semangat patriotisme boleh dididik kepada setiap individu menerusi media. Contoh penggunaan media baharu adalah seperti *Facebook*.

Medium ini bukan sekadar penyampai tetapi juga mendidik pemikiran dan mempengaruhi masyarakat.

Kemunculan pelbagai bentuk media baharu menjadikan golongan muda mudah memilih untuk menggunakan mana-mana laman media yang ada. Malah mereka boleh menggunakan lebih daripada satu platform media baharu untuk bergantung kepada keperluan utama masing-masing sama ada dari aspek komunikasi, pembentukan identiti, pemikiran mahupun bersosial. Menurut Shafezah (2017), transformasi media serta teknologi maklumat dan komunikasi (ICT) khususnya media baharu mendominasi generasi sekarang. Kesan pengaruh besar media baharu juga sudah semestinya akan memberikan satu evolusi kepada gaya hidup seseorang itu. Ini termasuklah dari aspek pembelajaran mahupun pembinaan maklumat berunsur kenegaraan kepada seseorang individu dan persekitarannya.

TEORI PENYUBURAN (*CULTIVATION THEORY*)

Teori Penyuburan atau *Cultivation Theory* yang diasaskan George Gerbner dan Larry Gross pada tahun 1976 dapat melihat dengan lebih terperinci impak yang wujud terhadap patriotisme belia menerusi media baharu. Teori yang digunakan ini memperlihatkan pemikiran seseorang individu dapat dipengaruhi dan amat memberi kesan dalam tempoh jangka masa yang panjang. Menurut James & Michael (1999), Teori Penyuburan ini menunjukkan bagaimana maklumat atau mesej yang spesifik, saluran dan sumber media dapat mengubah pemikiran, sikap dan tingkah laku seseorang. Melalui kuasa media, masyarakat akan dapat sesuatu maklumat yang ingin disalurkan dengan cepat dan efisien. Impak sesuatu media itu bergantung kepada terma perubahan. Tiada perubahan bermakna kesan media tidak dapat dilihat. Kesan gabungan pendedahan medium ini secara maksimum kepada pengguna dengan berterusan berupaya membentuk persepsi realiti sosial bagi seseorang individu dan budaya secara holistik.

Penyuburan maklumat menerusi media baharu menjadi medan komunikasi yang sangat efektif untuk meningkatkan nilai patriotisme belia. Sharifah Nora (2018) menyatakan bahawa media baharu berasaskan Internet menjadi satu kaedah komunikasi yang paling efisien, di mana segala bentuk dan pelbagai informasi dapat diakses dengan mudah dan murah. Medium yang boleh digunakan menerusi telefon pintar menjadi teknologi siber yang paling berkesan bukan hanya sebagai penyampai, tetapi mampu memupuk dan mempengaruhi masyarakat berlandaskan kepada informasi yang disampaikan. Teori Penyuburan yang

digunakan dalam kajian ini dapat menyuburkan dan sekaligus memberikan impak kepada nilai patriotisme belia menerusi pemaparan informasi kenegaraan di media baharu. Medium ini juga bertanggungjawab bagi menggiatkan usaha pelbagai pihak untuk meningkatkan semangat patriotisme dalam kalangan masyarakat. Ini ditambah lagi masyarakat masa kini lebih tertumpu kepada skrin telefon pintar dan secara tidak langsung memudahkan lagi aktiviti penyampaian maklumat dilakukan.

Eman (2015) pula menyatakan bahawa menerusi sejumlah besar penemuan para pengkaji dari Teori Penyuburan ini, pendedahan di media mampu untuk berasimilasi dengan pandangan masyarakat dunia melalui penanaman imej atau mesej yang disampaikan. Pendedahan maklumat yang dipaparkan di media akan mempengaruhi perubahan sosial masyarakat. Pelbagai jenis medium media baharu yang boleh digunakan untuk menyebarkan, menyampai dan mendedahkan maklumat seperti media sosial, blog, laman sesawang dan sebagainya. Penggunaan media baharu ini sekaligus memberikan satu anjakan paradigma terhadap aspek pemikiran, sikap serta persepsi seseorang individu. Perubahan yang berlaku dalam medium komunikasi individu memperlihatkan impak yang wujud menerusi saluran maklumat tersebut. Hal ini jelas menunjukkan bahawa fungsi media baharu sebagai platform proses pembelajaran sendiri untuk aspek patriotisme adalah bersesuaian untuk golongan belia.

Setiap individu dilihat menerima kesan daripada medium media baharu dalam bentuk dan pendekatan yang berbeza. Penerimaan mesej yang disampaikan memberikan impak yang tidak sama dan bergantung kepada proses pembelajaran dan pemikiran individu itu sendiri. Pemupukan maklumat yang disalurkan menerusi Teori Penyuburan juga bergantung kepada kecenderungan masyarakat khususnya golongan belia untuk menerima dan menghayati informasi yang disampaikan. Berdasarkan kepada Lai et al. (2015), terdapat beberapa faktor yang boleh mempengaruhi pembentukan dan kecenderungan realiti sosial seseorang seperti perbezaan individu. Perbezaan ini adalah berkemungkinan berdasarkan kepada jantina, umur atau bangsa.

KESIMPULAN

Secara kesimpulannya, teknologi media baharu amat penting dan memainkan peranan yang besar kepada masyarakat khususnya golongan belia untuk meningkatkan semangat patriotisme. Media baharu dan masyarakat masa kini saling mempunyai persamaan dan berkait rapat. Pelbagai situasi semasa yang berlaku

dalam masyarakat adalah sumber maklumat utama untuk media baharu. Media baharu ini juga memainkan peranan dan menggalas tanggungjawab yang penting untuk membina struktur jaringan komuniti. Berdasarkan kepada Teori Penyuburan, patriotisme menjadi aspek yang sangat penting untuk dipupuk dalam kalangan belia melalui penyebaran informasi kenegaraan di media baharu. Justeru itu, strategi komunikasi bersepadu semua pihak untuk meningkatkan patriotisme seharusnya dipertingkatkan dan dilaksanakan secara sistematik menerusi media baharu untuk melihat impak yang lebih mendalam terhadap tahap patriotisme belia melalui informasi kenegaraan. Ini adalah sebagai salah satu langkah kesedaran untuk keseluruhan masyarakat. Kajian lebih terperinci yang berunsurkan patriotisme ini juga perlu dilakukan secara meluas untuk lebih memahami isu berkaitan dan sekaligus memupuk nilai patriotisme dalam diri setiap individu.

RUJUKAN

- Ahmad Zaharuddin Sani Ahmad Sabri, Abdul Rahman Abdul Aziz, Shahidan Shafie & Muhamed Nor Azman Nordin. (2014). Kajian terhadap tahap patriotisme di kalangan belia Perak. Laporan Akhir Kajian Berteraskan Bidang Keberhasilan Utama (KRA) Perak Amanjaya. Institut Pemikiran Tun Dr. Mahathir Mohamad Universiti Utara Malaysia, Kedah.
- Anon. 2016. ICT terap semangat patriotisme, nasionalisme generasi pascamerdeka. <https://www.pressreader.com/malaysia/beritaharianmalaysia/> [10 Mei 2018].
- Anon. (2019). Most Patriotic Countries 2019. <http://worldpopulationreview.com/> [13 November 2019].
- Azimah Ghazali. (2017). Cabaran kekal semangat patriotisme. <http://www.sinarharian.com.my> [1 Ogos 2018].
- Bar-Tal, D. & Staub, E. (1997). Patriotism in the life of individuals and nations, Chapter: Patriotism: Its scope and meaning. Chicago: Nelson Hall.
- Bas, M. (2016). The evaluation of the university student's patriotism levels according to gender, age, family structure and sports activities. *European Journal of Education Studies*, 2(2):34-43.
- Eman, M. (2015). All you need to know about: The Cultivation Theory. *Global Journal of Human Social Science: Art & Humanities*, XV(V11):23-38.
- Etman, R.M. (1989). How the media affect what people think: An information processing approach. *Journal of Politics*, 51(2):349-370.
- Hamidi Ismail, Tuan Pah Rokiah Syed Hussain, Shamsul Anuar Nasarah, Wasitah Mohd Yusof & Zaheruddin Othman. (2017). Nilai patriotisme belia Malaysia. *Malaysian Journal of Youth Studies*, 16:87-100.
- Hazlin Falina Rosli, Wan Amizah Wan Mahmud & Maizatul Haizan Mahbob. (2016). Peranan media sebagai alat kesedaran sosial dalam kalangan orang kurang upaya di Malaysia. *Jurnal Komunikasi*, 32(2): 471-488.
- James, M. & Michael, M. (1999). Television and its viewers: Cultivation theory and research. Australia: Cambridge University Press.
- Ku Hasnita Ku Samsu & Mohd Haizam Mohd Nor. (2011). Kepentingan pendidikan patriotisme terhadap warganegara Malaysia. *Jati*, 16:23-34.
- Lai T.W., Chung C.W. & Po N.S. (2015). How do media shape perceptions of social reality? A review on cultivation theory. *Journal of Communication and Education*, 2(2): 8-17.
- Mohd Ayop Abd. Razid. (2015). Indeks ukur tahap patriotisme rakyat. <http://www.utusan.com.my/> [1 Mac 2018].
- Nazri Muslim & Jamsari Alias. (2004). Patriotisme: Konsep dan pelaksanaannya di Malaysia. *Pusat Pengajian Umum*, 1-9.
- Noor Mohamad Shakil Hameed. (2014). Indeks patriotisme uji tahap kesetiaan. <http://ww1.utusan.com.my/utusan/> [1 Mac 2018].
- Ruhanie Ahmad. (2005). Patriotisme Malaysia: Penangkis neoimperialisme. Kuala Lumpur: Utusan Publications & Distributor Sdn Bhd.
- Sarjit S. Gill, Mohd Rahimi Ramli & Ahmad Tarmizi Talib. 2015. Kesedaran patriotik dalam kalangan belia bandar di Semenanjung Malaysia. *Jurnal Sosial Ilmu Poilitik*, 1(1):111-120.
- Shafezah Abdul Wahab. 2017. Suburkan patriotisme perkukuh negara. <https://www.bharian.com.my/> [1 Disember 2019].
- Sharifah Nora Othman. (2018). Dakwah alam siber rentas sempadan. <http://www.ilkap.gov.my/download/kertaspenyelidikan> [23 Disember 2019].
- Tuan Pah Rokiah Syed Hussain, Shamsul Anuar Nasarah & Zaheruddin Othman. (2016). Pembinaan bangsa Malaysia (1): Kajian empirikal tahap patriotisme belia. *Malaysian Journal of Society and Space*, 12(10): 159-170.

Nur Aishah Zainal*, Mohd Azul Mohamad Salleh & Wan Amizah Wan Mahmud
Pusat Kajian Media & Komunikasi (MENTION),
Universiti Kebangsaan Malaysia,
Selangor, Malaysia

*Pengarang untuk surat menyurat; e-mel: aishahnur2016@gmail.com

Diserahkan: 28 Februari 2020
Diterima: 2 Mac 2020