

Kempen media sosial dan AI dalam pilihan raya di Malaysia: Strategi dan implikasi terhadap demokrasi media digital

Shafezah Abdul Wahab

Universiti Teknologi MARA (UiTM) Alor Gajah, Melaka

Email: shafezah@uitm.edu.my

ABSTRAK

Artikel ini menganalisis transformasi landskap kempen pilihan raya di Malaysia dengan tumpuan khusus terhadap penggunaan media sosial dan teknologi kecerdasan buatan (AI). Sejak Pilihan Raya Umum ke-12 (PRU12), media sosial telah muncul sebagai ruang komunikasi politik alternatif yang mencabar hegemoni media arus perdana. Penggunaan strategi seperti mikro-pembidik (*micro-training*), analisis data besar (*big data*) dan penglibatan pengundi telah merubah kaedah penyampaian maklumat politik serta merangka naratif yang mempromosikan penyertaan pelbagai segmen masyarakat. Menjelang PRU16, integrasi AI dijangka meningkatkan keberkesanan kempen melalui penyesuaian mesej secara peribadi dan mobilisasi pengundi bersasar. Walau bagaimanapun, isu kritikal berkaitan etika penggunaan data, ketelusan algoritma dan privasi pengguna berpotensi menggugat kredibiliti proses demokrasi. Artikel ini mencadangkan kempen politik digital diurus dengan beretika melalui penekanan terhadap literasi digital, perundangan data dan akauntabiliti teknologi untuk menjamin kemampanan demokrasi digital di Malaysia.

Kata kunci: *Kempen politik, media sosial, kecerdasan buatan (AI), demokrasi digital, komunikasi politik.*

PENDAHULUAN

Era digital telah membawa perubahan besar dalam cara komunikasi politik dijalankan di seluruh dunia, termasuk di Malaysia. Kemajuan teknologi dan penyebaran luas platform media sosial telah mengubah cara politik berkomunikasi daripada kaedah tradisional yang lebih terkawal kepada ruang siber yang lebih

terbuka dan interaktif. Perkembangan ini, bersama-sama dengan penggunaan media sosial yang semakin meningkat, telah mencetuskan cara baru untuk rakyat terlibat dalam politik, sambil mencabar dominasi naratif politik yang sebelumnya dikawal oleh kerajaan dan media utama (Dogra & Kaur, 2021; Pratama et al., 2021).

Sebelum media sosial berkembang pesat, kempen politik hanya bergantung pada komunikasi sehalu melalui saluran tradisional seperti televisyen, radio, dan media cetak. Namun, dengan kemunculan platform seperti Facebook, Twitter, Instagram, TikTok, WhatsApp dan YouTube, komunikasi politik kini menjadi lebih dua hala, interaktif dan disesuaikan dengan minat serta keperluan pelbagai kumpulan pengundi (Salman et al., 2016; Stier et al., 2018). Media sosial kini bukan hanya digunakan untuk menyebarkan maklumat, tetapi juga menjadi ruang untuk membentuk wacana politik yang lebih fleksibel dan sesuai dengan konteks semasa. Media sosial juga telah membuka ruang yang lebih demokratik, memberi peluang kepada masyarakat untuk berinteraksi, berbincang dan menyuarakan pendapat. Platform ini mengurangkan kos penyebaran maklumat, memperluaskan capaian dan mempercepatkan penyampaian mesej (Elareshi et al., 2021). Dalam konteks pilihan raya, media sosial bukan sahaja digunakan untuk menyebarkan maklumat kempen, tetapi juga berperanan dalam membentuk sentimen politik, mencipta naratif alternatif dan menentang hegemoni politik yang sedia ada (Hamedan et al., 2019; Sassi, 2010).

Artikel ini menyoroti peranan penting media sosial dalam membentuk pendapat awam mengenai isu-isu politik. Masyarakat kini menggunakan media sosial untuk menyuarakan keprihatinan mereka dan memberi kritikan terhadap isu-isu yang tidak mendapat perhatian yang sewajarnya dalam media tradisional. Menurut Dogra dan Kaur (2021), pemain politik populis baru kini berjaya membina sokongan pengundi melalui komunikasi langsung di Internet, memanfaatkan ruang terbuka yang disediakan oleh media sosial. Transformasi ini mencerminkan peningkatan pengaruh media digital dalam komunikasi politik moden.

PILIHAN RAYA UMUM MALAYSIA: DARI PRU12 KE PRU15

Landskap kempen politik di Malaysia telah berubah dengan ketara sejak era Reformasi 1998 apabila Anwar Ibrahim disingkirkan daripada kerajaan. Peristiwa ini mencetuskan peralihan besar dalam strategi komunikasi politik, terutamanya disebabkan oleh kawalan ketat terhadap media arus perdana. Penyokong pembangkang mula menggunakan Internet sebagai medium alternatif untuk menyampaikan maklumat dan menyuarakan pendapat. Perubahan ini menjadi

semakin ketara menjelang PRU10 (1999), apabila Barisan Alternatif yang terdiri daripada Parti Keadilan Nasional, DAP dan PAS, mula memanfaatkan ruang digital untuk mencabar dominasi Barisan Nasional (BN) (Zawawi, 2017).

Sejak merdeka pada tahun 1957, pilihan raya umum di Malaysia dijalankan secara berkala berdasarkan prinsip demokrasi berperlembagaan. Namun begitu, dalam dua dekad terakhir, proses pilihan raya mengalami perubahan ketara yang dipengaruhi oleh perkembangan politik, sosial dan teknologi media. Media sosial seperti blog, YouTube, Twitter, Facebook, Instagram, TikTok dan WhatsApp telah menjadi medium penting dalam kempen politik moden. Platform ini membolehkan penyebaran mesej politik yang lebih meluas, penglibatan pengundi yang lebih aktif dan komunikasi dua hala antara pemimpin politik dan rakyat.

Selain memudahkan penyebaran maklumat, media sosial juga membolehkan interaksi langsung antara calon dan pengundi. Ini mewujudkan ekosistem komunikasi politik yang lebih terbuka, inklusif dan responsif terhadap keperluan serta sentimen rakyat. Penggunaan teknologi digital telah merubah pendekatan kempen yang dahulunya bersifat sehalu kepada komunikasi yang lebih interaktif dan diperibadikan.

PRU12 (2008): Permulaan Era Komunikasi Digital

PRU12 pada tahun 2008 menjadi titik tolak penting apabila gabungan pembangkang Pakatan Rakyat (PR) berjaya menafikan majoriti dua pertiga BN di Parlimen dan menguasai beberapa kerajaan negeri. Kemenangan ini disumbang oleh pelbagai faktor termasuk isu rasuah dan kelemahan pentadbiran kerajaan (Sani & Sani, 2009). Lebih penting, ia menandakan kemunculan media baharu seperti blog dan Facebook sebagai saluran utama untuk menyampaikan maklumat politik dan menyemarakkan penyertaan pengundi.

PRU13 (2013): Pemantapan Pengaruh Media Digital

Dalam PRU13, saingan antara BN dan pembangkang semakin sengit. BN masih mengekalkan kuasa, namun kehilangan sokongan popular. Isu integriti pilihan raya dan dakwaan ketidaktelusan turut menimbulkan kebimbangan. Media sosial terus digunakan secara meluas oleh semua pihak untuk membentuk persepsi awam, menjadikan pengaruh digital sebagai faktor utama dalam strategi kempen (Tapsell, 2014).

PRU14 (2018): Kejatuhan BN dan Kemenangan Melalui Media Sosial

PRU14 mencatat sejarah apabila BN tewas buat pertama kali dalam tempoh 60 tahun. Faktor seperti skandal 1MDB, kos sara hidup dan isu integriti memainkan peranan penting dalam perubahan sokongan rakyat (Noor, 2018). Media sosial menjadi saluran utama kempen Pakatan Harapan (PH) untuk menyalurkan maklumat dan mengatasi kawalan media tradisional. Pemilihan Tun Dr. Mahathir Mohamad sebagai calon perdana menteri juga membantu mengukuhkan sokongan rakyat. PRU14 memperlihatkan peranan penting media sosial dalam menentukan hasil pilihan raya.

PRU15 (2022): Politik Terpecah dan Strategi Digital

PRU15 memperlihatkan landskap politik yang lebih terpecah dengan tiada parti memperoleh majoriti mutlak. Ini membawa kepada pembentukan kerajaan perpaduan. Menurut Wong (2024), keputusan ini mencerminkan perpecahan politik serta keperluan kepada pendekatan diplomasi awam yang lebih strategik. Media sosial terus memainkan peranan utama dalam membentuk naratif politik dan persepsi rakyat. Ahli politik dan parti kini menggunakan strategi digital termasuk kerjasama dengan pengengaruh media sosial dan kempen mikro untuk mendekati pengundi secara lebih terarah.

Walaupun begitu, penggunaan media sosial turut mendedahkan pelbagai cabaran seperti penyebaran maklumat palsu, serangan siber dan polarisasi politik (Stier et al., 2018; Chinnasamy, 2018; Casero-Ripollés, 2021). Oleh itu, penggunaan teknologi dalam politik perlu disertai dengan pendekatan yang bertanggungjawab dan dasar perlindungan maklumat yang ketat untuk memastikan kelangsungan demokrasi yang sihat.

EVOLUSI MEDIA SOSIAL DAN KECERDASAN BUATAN (AI) DALAM KEMPEN POLITIK MALAYSIA MENJELANG PRU16

Sepanjang dua dekad yang lalu, kempen politik di Malaysia telah mengalami transformasi ketara, khususnya dengan kemunculan teknologi digital seperti media sosial dan kecerdasan buatan (AI). Menuju Pilihan Raya Umum ke-16 (PRU16), penggunaan kedua-dua teknologi ini dijangka menjadi lebih sofistikated, memainkan peranan yang semakin strategik dalam membentuk corak komunikasi politik dan tingkah laku pengundi.

Media sosial telah mengubah landskap penyebaran maklumat politik. Kajian oleh Zain dan Ahmad (2019) menunjukkan bahawa platform seperti Facebook, Twitter, Instagram, TikTok dan WhatsApp telah membolehkan penyampaian mesej politik secara terus kepada pengundi tanpa kebergantungan kepada media arus perdana. Ini telah memperkasa parti pembangkang dan calon bebas untuk mobilisasi sokongan serta mempengaruhi persepsi awam melalui saluran komunikasi alternatif. Perkembangan ini turut disokong oleh kehadiran mempengaruhi digital yang berfungsi sebagai agen komunikasi tidak formal dalam menyampaikan mesej politik yang diperibadikan.

Tambahan pula, evolusi algoritma digital telah memperkenalkan pendekatan kempen berasaskan data, termasuk penyasaran iklan politik mengikut demografi dan psikografi pengguna. Strategi seperti penghasilan kandungan viral, kerjasama dengan mempengaruhi dan penggunaan iklan berasaskan lokasi telah meningkatkan tahap penglibatan pengundi secara signifikan (Zain & Ahmad, 2019). Namun, pendekatan ini juga membawa risiko penyebaran maklumat yang tidak sahih, menimbulkan cabaran kepada ketelusan maklumat dalam ekosistem pilihan raya.

INTEGRASI AI DAN ANALITIK DATA DALAM KEMPEN PRU16

Peranan AI dalam kempen politik semakin berkembang, khususnya dalam konteks pemrosesan data besar yang membolehkan parti politik mengenal pasti pola tingkah laku pengundi dan merangka strategi yang lebih tersasar. Menurut Binns et al. (2021), AI membolehkan penganalisis kempen untuk membina profil pengundi yang kompleks berdasarkan interaksi media sosial, sejarah pilihan raya dan data demografi. Melalui Sistem berautonomi ini, mesej politik dapat disesuaikan mengikut keperluan dan keutamaan segmen pengundi tertentu, sekaligus meningkatkan keberkesanan komunikasi politik.

Di samping itu, AI turut memudahkan mobilisasi pengundi melalui ramalan statistik mengenai kebarangkalian seseorang individu keluar mengundi, seterusnya membolehkan penghantaran mesej peringatan atau insentif secara automatik (Binns et al., 2021). Ini menandakan peralihan daripada strategi kempen tradisional kepada pendekatan berasaskan ramalan yang lebih bersasar dan efisien. Namun begitu, penggunaan AI tidak bebas daripada implikasi negatif, terutamanya berkaitan privasi data dan isu penyalahgunaan maklumat peribadi.

Menurut Ghosh (2019), penggunaan algoritma untuk mengeksploitasi data peribadi demi mempengaruhi keputusan politik menimbulkan dilema etika dan menggugat

integriti demokrasi. Di beberapa negara seperti India, terdapat bukti penyalahgunaan data pengundi untuk tujuan manipulasi politik yang mencetuskan kritikan global terhadap pengawalan data dalam konteks demokrasi digital.

CABARAN DAN IMPLIKASI ETIKA AI DALAM PILIHAN RAYA

Walaupun AI membawa kelebihan dalam penyesuaian mesej dan keberkesanan kempen, ia juga menimbulkan kebimbangan serius terhadap etika dan ketelusan. Salah satu isu utama adalah potensi AI untuk memperkukuh polarisasi politik melalui penciptaan "*echo chambers*" – situasi di mana pengundi hanya terdedah kepada pandangan yang sepadan dengan kepercayaan mereka sedia ada, lalu menghalang wacana rentas ideologi (Tufekci, 2018). Hal ini bukan sahaja melemahkan dialog demokratik, tetapi juga mempercepatkan fragmentasi sosial dalam kalangan masyarakat.

AI juga digunakan secara meluas dalam penyebaran maklumat palsu dan propaganda digital. PRU14 dan PRU15 telah memperlihatkan bagaimana berita palsu di media sosial mampu mempengaruhi naratif pilihan raya dan membentuk persepsi awam secara tidak tepat. AI dijangka memainkan peranan dua hala dalam PRU16: sebagai alat untuk mengesan dan menyekat maklumat palsu, serta sebagai mekanisme yang berpotensi menyebarkan maklumat manipulatif pada skala yang lebih besar melalui bot dan algoritma automatik (Tufekci, 2018).

Dalam konteks Malaysia, isu keselamatan data dan integriti maklumat semakin mendapat perhatian. Penggunaan AI yang tidak terkawal boleh mengakibatkan kebocoran data sensitif, serta menjejaskan kepercayaan rakyat terhadap proses pilihan raya. Oleh itu, pemantauan yang telus dan rangka kerja kawal selia yang kukuh perlu diwujudkan untuk mengimbangi inovasi digital dengan prinsip asas demokrasi.

MASA DEPAN KEMPEN POLITIK DI MALAYSIA: KE ARAH DEMOKRASI DIGITAL

Menjelang Pilihan Raya Umum ke-16 (PRU16), kempen politik di Malaysia dijangka mengalami transformasi mendalam berikutan integrasi teknologi kecerdasan buatan (AI) dan media sosial. Penggunaan AI dalam analisis data pilihan raya dan pemetaan tingkah laku pengundi memungkinkan strategi kempen yang lebih bersasar, peribadi, dan responsif. Parti-parti politik kini dapat mengenal pasti segmen pengundi strategik dengan lebih tepat, membina mesej yang disesuaikan

serta meningkatkan kadar penglibatan dan kemungkinan sokongan pada hari pengundian.

Dalam ekosistem komunikasi politik digital, media sosial terus berfungsi sebagai saluran utama untuk menyampaikan naratif kempen, membina interaksi dua hala antara calon dan pengundi serta menggalakkan mobilisasi secara langsung. Keupayaan platform ini untuk menyebarkan maklumat secara pantas dan meluas menjadikannya alat penting dalam membentuk persepsi awam dan tingkah laku politik.

Namun begitu, penerapan AI dalam kempen politik turut menimbulkan isu-isu etika dan kebimbangan berkaitan privasi data serta potensi penyebaran maklumat palsu. Sekiranya tidak diurus dengan telus dan bertanggungjawab, AI berpotensi memanipulasi persepsi pengundi, sekali gus menghakis integriti sistem demokrasi. Dalam konteks Malaysia, di mana keyakinan terhadap institusi demokratik masih dalam proses pematapan, keperluan terhadap garis panduan dan kerangka kawal selia yang kukuh menjadi semakin mendesak.

Oleh itu, pendekatan holistik dan kawal selia terhadap penggunaan AI dalam kempen politik amat diperlukan. Dasar yang membimbing penggunaan teknologi ini harus menekankan ketelusan, akauntabiliti dan perlindungan hak asasi digital. Ini termasuklah pemantauan algoritma kempen, ketelusan sumber maklumat, serta perlindungan terhadap data peribadi pengundi.

Integrasi AI dan media sosial dalam PRU16 mencerminkan peralihan paradigma dalam sejarah politik Malaysia. Teknologi digital kini bukan sahaja berperanan sebagai alat komunikasi, tetapi turut menjadi penentu corak hubungan antara calon dan pengundi. Perkembangan ini menandakan fasa baharu demokrasi digital, di mana keberkesanan kempen dan penyertaan politik tidak lagi ditentukan semata-mata oleh kehadiran fizikal di lapangan, tetapi oleh keupayaan untuk berinteraksi secara bermakna di ruang maya.

KESIMPULAN

Dalam tempoh dua dekad, komunikasi politik di Malaysia telah mengalami perubahan besar. Kempen pilihan raya yang dahulunya bergantung sepenuhnya pada media tradisional seperti televisyen, radio dan akhbar kini beralih kepada platform media sosial dan teknologi digital. Sejak Pilihan Raya Umum ke-12 (PRU12) hingga PRU15, media sosial telah mengurangkan kebergantungan kepada

media arus perdana, sekaligus membuka ruang lebih luas untuk perbincangan awam. Ini memberi pengundi peluang untuk terlibat secara aktif dalam demokrasi, mempromosikan interaksi dua hala antara pengundi dan entiti politik serta memudahkan penyebaran maklumat secara lebih cepat dan meluas.

Platform media sosial memberikan peluang kepada semua entiti politik, termasuk parti pembangkang dan calon bebas untuk bersaing secara lebih adil dengan parti pemerintah. Demokrasi maklumat ini menjadikan komunikasi politik lebih interaktif dan pelbagai, sekaligus membuka ruang untuk perbincangan politik yang lebih inklusif. Dengan itu, media sosial menjadi medium utama dalam komunikasi politik, membolehkan parti-parti politik melaksanakan kempen yang lebih tepat sasaran dan berinteraksi dengan pengundi tanpa sekatan yang dikenakan oleh media tradisional.

Menjelang PRU16, kempen politik dijangka akan melalui fasa baru dengan penggunaan teknologi kecerdasan buatan (AI) dan analisis data besar. AI membolehkan kempen politik disasarkan dengan lebih tepat kepada kumpulan pengundi yang berbeza, sementara data besar membolehkan pemantauan sentimen awam dan pergerakan pengundi secara masa nyata. Teknologi ini tidak hanya membantu dalam penyebaran mesej kempen yang lebih peribadi, tetapi juga meningkatkan mobilisasi pengundi dan memperbaiki keberkesanan strategi kempen.

Namun, kemajuan teknologi ini turut membawa cabaran yang besar. Isu yang timbul termasuk penyalahgunaan data peribadi untuk tujuan politik, terutama dengan penggunaan media sosial dan analisis data besar. Penggunaan bot dalam media sosial untuk menyebarkan maklumat palsu atau propaganda politik juga menjadi kebimbangan terutama dalam pilihan raya di mana maklumat yang salah boleh mempengaruhi keputusan pengundi. Selain itu, penggunaan algoritma AI untuk mensasarkan mesej secara terlalu spesifik boleh meningkatkan polarisasi politik dengan memecahkan pengundi kepada kumpulan yang lebih terhad, sekaligus mengurangkan peluang untuk interaksi yang membina antara pelbagai pihak..

Sekiranya isu-isu ini tidak ditangani dengan dasar yang telus dan kawal selia yang menyeluruh, ia boleh merosakkan integriti pilihan raya dan mengurangkan kepercayaan awam terhadap sistem demokrasi. Oleh itu, adalah penting untuk memastikan keseimbangan antara inovasi teknologi dan tanggungjawab etika. Teknologi seperti AI dan media sosial harus digunakan untuk memperkukuh

institusi demokrasi, memperluas penyertaan politik secara inklusif dan meningkatkan ketelusan dalam proses pilihan raya. Sebaliknya, jika disalahgunakan, teknologi ini boleh menjadi alat manipulasi yang merosakkan prinsip asas demokrasi.

Untuk memastikan bahawa penggunaan teknologi ini memperbaiki kualiti demokrasi, perlu ada rangka kerja kawal selia yang komprehensif dan berkesan. Pemantauan yang berterusan dan pembangunan dasar awam yang holistik adalah langkah kritikal untuk mengawal penggunaan teknologi dalam kempen politik dan mencegah penyalahgunaan. Media sosial dan AI dengan potensi untuk transformasi landskap politik akan terus memainkan peranan penting dalam membentuk naratif politik, mempengaruhi keputusan pengundi dan mengubah kuasa politik di Malaysia. Oleh itu, kajian lanjut diperlukan untuk menilai kesan jangka panjang penggunaan teknologi ini terhadap sistem politik, tingkah laku pengundi dan legitimasi demokrasi dalam era digital.

RUJUKAN

- Binns, A., Pritchard, M., & Lee, C. (2021). Artificial intelligence in political campaigns: The evolving role of AI in electoral engagement. *Journal of Political Technology*, 29(4), 34-49.
- Casero-Ripollés, A. (2021). The impact of social media on political communication: New challenges for democracy. *Journal of Digital Communication*, 18(2), 99-114.
- Chinnasamy, V. (2018). Social media, politics, and the spread of misinformation: A case study in the Malaysian context. *Malaysian Journal of Communication Studies*, 15(1), 45-60.
- Dogra, S., & Kaur, S. (2021). The rise of social media in political discourse: The role of social media platforms in reshaping democratic engagement. *International Journal of Media Studies*, 22(3), 123-139.
- Elareshi, M., Hussein, R., & Shakir, A. (2021). The role of social media in modern political campaigns: A global perspective. *International Journal of Digital Politics*, 33(5), 221-238.
- Ghosh, S. (2019). Data privacy and ethical concerns in political campaigning: A study of AI-driven election strategies. *Journal of Ethics in Politics*, 11(4), 88-102.
- Hamedan, H., Khalid, N., & Mamat, M. (2019). Social media influence on electoral outcomes: The Malaysian experience. *Journal of Political Marketing*, 28(3), 177-190.

- Noor, S. (2018). The role of social media in the 2018 Malaysian general election. *Asian Journal of Political Science*, 16(1), 34-48.
- Pratama, Y., Lestari, W., & Hidayati, R. (2021). The changing landscape of political communication in Southeast Asia: The role of digital media in political campaigns. *Southeast Asian Studies*, 29(2), 58-72.
- Sani, M., & Sani, F. (2009). Political communication in Malaysia: A study of the 2008 general election. *Journal of Asian Politics*, 17(1), 22-38.
- Sassi, S. (2010). The digital transformation of political campaigns: A study of political communication in Malaysia. *Journal of New Media Studies*, 7(3), 55-70.
- Stier, S., Bleier, A., & Huber, B. (2018). Political microtargeting and its implications: The case of social media campaigns in Malaysia. *Journal of Political Research*, 43(4), 119-133.
- Tapsell, R. (2014). Social media and politics in Malaysia: The rise of digital campaigning in the 2013 elections. *Journal of Political Science and Technology*, 16(2), 45-60.
- Tufekci, Z. (2018). The internet of politics: The role of social media in the 21st-century political campaigns. *Journal of Digital Politics*, 12(3), 21-38.
- Wong, K. (2024). The 2022 Malaysian general election and its implications for political stability and governance. *Malaysian Journal of Political Science*, 30(2), 98-114.
- Zain, Z., & Ahmad, R. (2019). Social media's impact on Malaysian elections: A decade of change. *Journal of Asian Communication Studies*, 18(1), 110-127.