

EKSPLORASI PATRIOTISME DIGITAL DALAM KALANGAN GENERASI Z: KAJIAN TERHADAP PEMBENTUKAN IDENTITI NASIONAL DALAM KALANGAN PELAJAR NETHERLANDS MARITIME UNIVERSITY COLLEGE

Ainur Farahin Abd Hamid
Fakulti Pengajian Umum & Pengurusan
Netherlands Maritime University College
Emel: ainurfarahin@gmail.com

Hadzirah Kursiah Mohamed Johar
Fakulti Pengajian Umum & Pengurusan
Netherlands Maritime University College
Emel: kursiahhadzirah@gmail.com

ABSTRAK

Kajian ini meneliti bagaimana media sosial berperanan dalam membentuk identiti nasional melalui pemupukan semangat patriotisme digital dalam kalangan Generasi Z di institusi pengajian tinggi. Objektif utama kajian ini adalah untuk mengenal pasti corak penggunaan media sosial, tahap keterdedahan terhadap kandungan patriotik, serta sejauh mana kandungan digital mempengaruhi pembentukan jati diri nasional dalam kalangan pelajar. Kajian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan melibatkan 150 orang pelajar sebagai responden. Instrumen soal selidik digunakan yang merangkumi empat bahagian utama: maklumat demografi, corak penggunaan media sosial, keterdedahan kepada kandungan patriotik, dan pembentukan identiti nasional. Dapatan kajian menunjukkan bahawa majoriti pelajar cenderung kepada penglibatan pasif seperti menonton, membaca, dan menyukai kandungan patriotik, dengan lebih 35% memberi skor sederhana terhadap aktiviti berkaitan isu nasional. Walau bagaimanapun, lebih 60% responden menunjukkan kecenderungan positif terhadap pernyataan pembentukan identiti nasional, seperti rasa bangga menjadi rakyat Malaysia dan peningkatan kesedaran selepas mengikuti kandungan digital bertema kenegaraan. Kajian ini menyimpulkan bahawa media sosial sememangnya mempunyai potensi besar sebagai medium pembentukan identiti nasional, namun keberkesanannya bergantung kepada kreativiti penyampaian dan kesesuaian kandungan dengan budaya digital Generasi Z. Kajian mencadangkan agar strategi penyebaran kandungan patriotik melibatkan elemen interaktif, visual, dan penceritaan yang dekat dengan realiti belia masa kini untuk memupuk patriotisme digital secara mampan.

Kata kunci: Patriotisme digital; Generasi Z; media sosial; identiti nasional; pelajar IPT

1. PENGENALAN

Sejajar dengan perkembangan globalisasi, masyarakat mula mengekspresi idea, pengetahuan, pengalaman dalam bentuk baharu misalnya memuat naik kandungan di media sosial seperti Facebook, Youtube, Instagram dan lain-lain. Menurut Khairul Azhar dan Muhammad Hilmi (2021), simbol kebangsaan seperti Jalur Gemilang berperanan penting dalam memupuk semangat taat setia dan rasa bangga yang mencerminkan identiti serta maruah sesebuah bangsa dan negara. Walau bagaimanapun, semangat patriotisme kini tidak lagi terbatas terhadap tindakan mengibar Jalur Gemilang, sebaliknya kini memasuki fasa manifestasi cinta akan negara melalui ruang siber. Patriotisme digital merujuk kepada semangat cintakan negara yang dizahirkan melalui platform digital seperti media sosial. Generasi Z yang lahir dalam era digital dilihat banyak meluangkan masa di alam maya, menjadikan pendedahan terhadap kandungan patriotik sebagai saluran penting dalam membentuk jati diri nasional. Kajian seperti oleh Zainal, Salleh dan Wan Mahmud (2021) serta Yusop et al. (2024) menunjukkan bahawa media digital memainkan peranan signifikan dalam memperkukuh nilai kenegaraan dalam kalangan belia. Sementara itu, kajian luar negara oleh Satar et al. (2022) turut menegaskan keperluan revitalisasi nasionalisme secara digital bagi menyesuaikan semangat patriotik dengan gaya hidup moden Generasi Z.

Dalam konteks Malaysia, aspirasi patriotisme dalam kalangan anak muda sering diperdebatkan. Laporan oleh Harian Metro (2023) dan artikel oleh Dewan Masyarakat (2021) mencerminkan persepsi bahawa generasi muda bukan tidak patriotik tetapi menzahirkan kecintaan terhadap negara melalui pendekatan kreatif, maya, dan kontemporari. Malah, Md Sham (2018) menekankan pentingnya memahami dinamik perpaduan dalam kalangan Generasi Z yang membesar dalam persekitaran sosial berasaskan teknologi. Dalam konteks ini, Pardi dan Zainal Abedin (2024) mengusulkan bahawa penyesuaian kandungan patriotik dengan norma digital amat penting untuk mendekati generasi baru ini secara berkesan. Maka, kajian ini bertujuan meneliti hubungan antara keterlibatan dengan kandungan patriotik dalam media sosial dan pembentukan identiti nasional dalam kalangan pelajar Netherlands Maritime University College, sekali gus menilai tahap penghayatan patriotisme digital dalam kalangan Generasi Z.

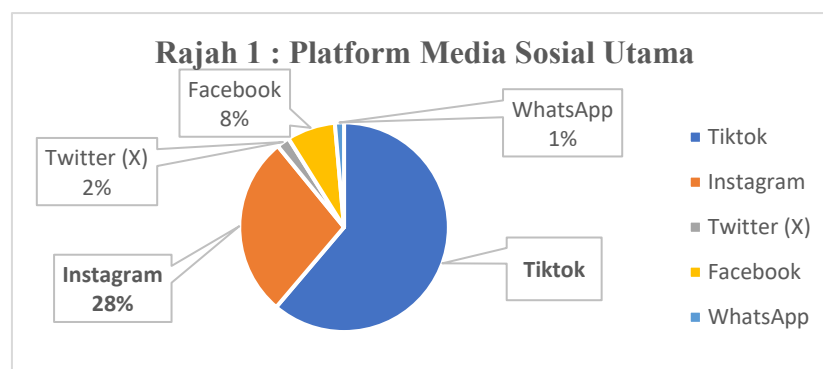
2. KAEDAH KAJIAN

Kajian ini menggunakan pendekatan kuantitatif melalui kaedah tinjauan soal selidik. Instrumen soal selidik dibina berdasarkan empat domain utama: corak penggunaan media sosial, keterdedahan kepada kandungan patriotik, sikap terhadap isu nasional, dan pembentukan identiti nasional. Borang soal selidik ini merangkumi 40 item tertutup menggunakan skala Likert lima mata, yang bertujuan untuk mengukur tahap persetujuan responden terhadap kenyataan berkaitan patriotisme digital. Seramai 150 orang pelajar daripada Netherlands Maritime University College (NMUC) telah dipilih sebagai responden kajian ini melalui kaedah pensampelan bertujuan (*purposive sampling*). Kriteria pemilihan termasuk pelajar berumur antara 18 hingga 24 tahun, sedang mengikuti pengajian peringkat diploma dan ijazah sarjana muda, serta mempunyai akses aktif kepada media sosial. Data yang dikumpulkan dianalisis secara deskriptif dengan penekanan kepada kekerapan (frekuensi) dan peratusan bagi setiap tahap skor. Kaedah ini dipilih bagi memberikan gambaran lebih konkrit terhadap tingkah laku digital dan penghayatan nilai patriotik dalam kalangan Generasi Z.

3. DAPATAN KAJIAN DAN PERBINCANGAN

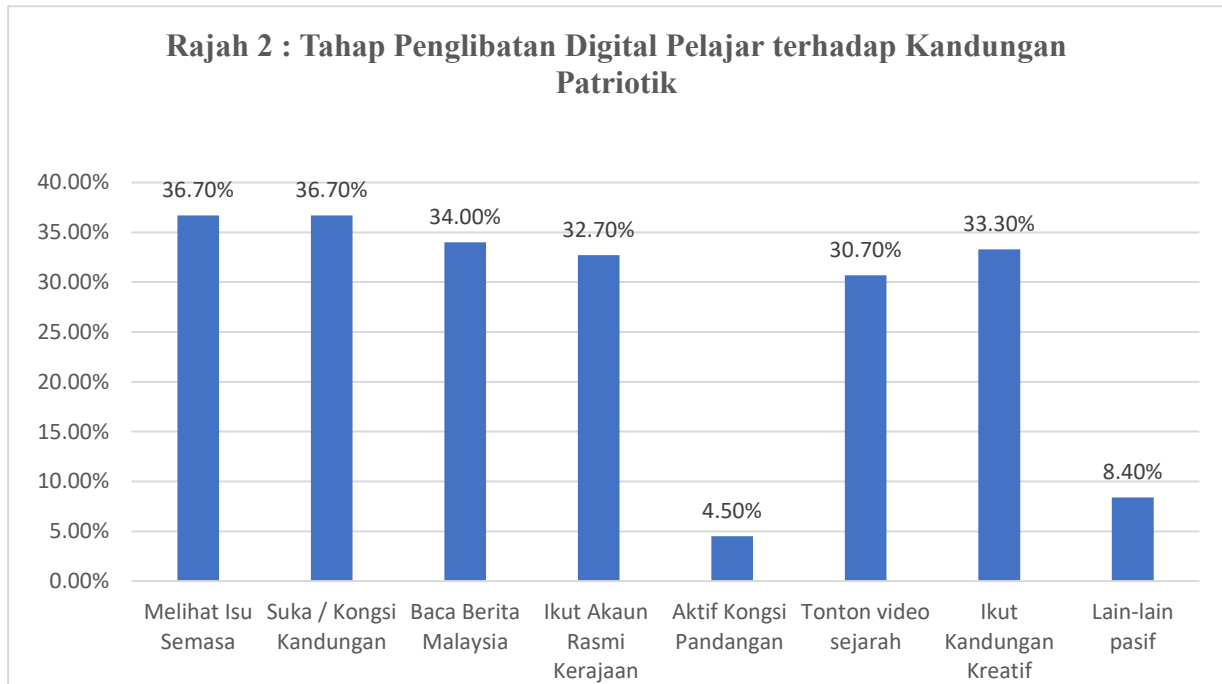
3.1. Bahagian A: Maklumat Demografi

Kajian ini melibatkan seramai 150 orang pelajar dari NMUC yang berumur antara 18 hingga 24 tahun. Dari aspek jantina, 54.7% adalah perempuan manakala 45.3% adalah lelaki, menunjukkan sedikit dominasi penyertaan pelajar wanita dalam kajian ini. Berdasarkan umur, 76% daripada responden berumur antara 21 hingga 23 tahun manakala 22% berumur antara 18 hingga 20 tahun dan hanya 2% berumur 24 tahun dan ke atas, menjadikan majoriti terdiri daripada pelajar dalam lingkungan usia awal 20-an. Dari sudut tahap pengajian, 82% merupakan pelajar ijazah sarjana muda, manakala 17.3% pula sedang mengikuti program diploma. Tiada responden daripada peringkat Master atau PhD, menjadikan dapatan ini sangat berfokus kepada perspektif pelajar prasiswazah.



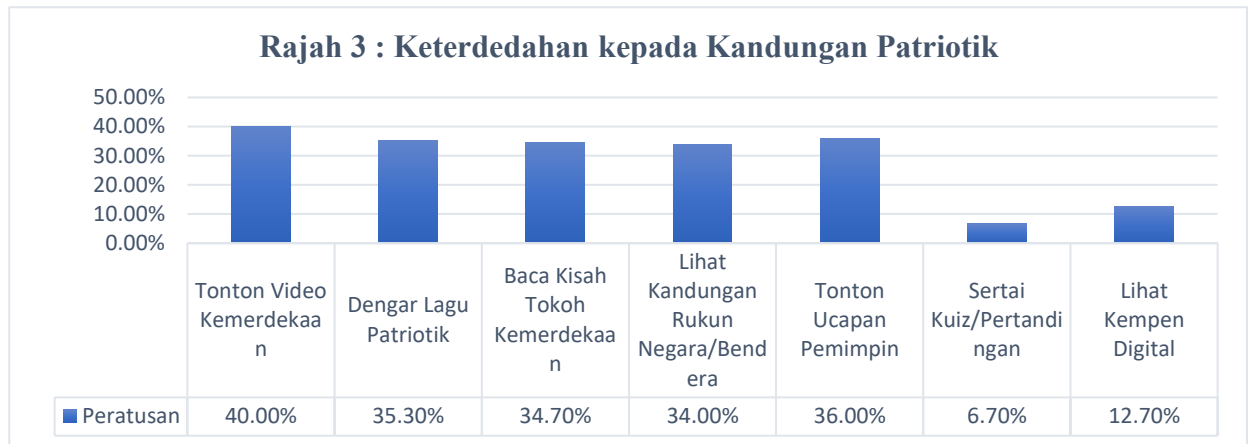
Berdasarkan Rajah 1, platform media sosial utama yang digunakan iaitu **TikTok mencatat peratusan tertinggi sebanyak 61%**, diikuti oleh Instagram sebanyak 28%, menunjukkan kebergantungan tinggi Generasi Z terhadap kandungan visual pantas dan interaktif. Platform lain seperti Facebook, Twitter dan WhatsApp mencatat penggunaan yang lebih rendah.

3.2. Bahagian B : Corak Penggunaan Media Sosial



Dapatan kajian seperti di Rajah 2 menunjukkan bahawa pelajar cenderung kepada penglibatan digital bersifat pasif terhadap kandungan patriotik. Sebanyak 36.7% pelajar menyatakan mereka kerap melihat isu semasa negara, 36.7% menyukai atau berkongsi kandungan patriotik, dan 34.0% membaca berita berkaitan Malaysia di media sosial. Selain itu, 32.7% mengikuti akaun rasmi kerajaan atau organisasi kebangsaan. Walau bagaimanapun, hanya 4.0–4.7% yang terlibat aktif secara langsung seperti menyertai kempen atau berkongsi pandangan patriotik (Skor 5). Sebaliknya, 30.7% menonton video sejarah dan budaya, manakala 33.3% mengikuti kandungan kreatif patriotik pada tahap sederhana (Skor 3). Secara keseluruhan, **pelajar lebih banyak berperanan sebagai pemerhati berbanding peserta aktif**. Corak ini menunjukkan potensi besar sekiranya kandungan patriotik disampaikan secara ringan, visual dan sesuai dengan gaya komunikasi Gen Z seperti disarankan oleh Zainal et al. (2021) dan Pardi & Zainal Abedin (2024). Pendekatan kreatif dan bersesuaian menjadi kunci dalam menyemai semangat patriotisme digital yang lebih berkesan.

3.3. Bahagian C : Keterdedahan kepada Kandungan Patriotik

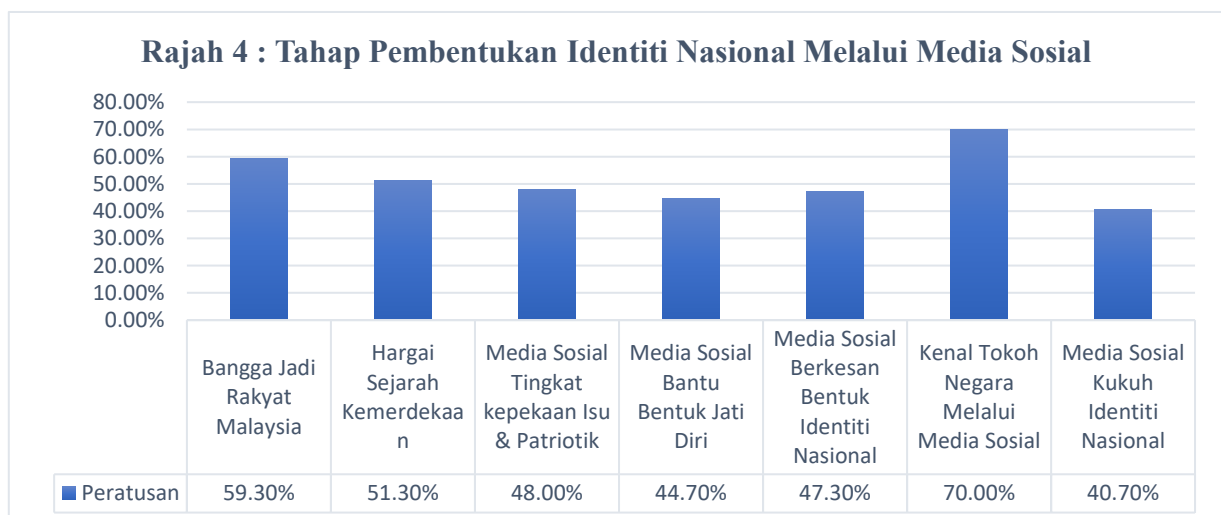


Kajian mendapati bahawa pelajar Generasi Z menunjukkan **keterdedahan sederhana terhadap kandungan patriotik di media sosial**. Sebanyak 40.0% menyatakan mereka kerap menonton video berkaitan kemerdekaan negara dan 35.3% sering mendengar lagu bertemakan patriotik (Skor 3), mencerminkan minat terhadap kandungan hiburan yang mudah diakses secara digital.

Selain itu, 34.7% membaca kisah tokoh kemerdekaan, 34.0% melihat kandungan berkaitan rukun negara atau bendera, dan 36.0% pernah menonton video ucapan pemimpin negara sempena sambutan nasional menunjukkan interaksi yang agak konsisten dengan kandungan rasmi kenegaraan. Namun begitu, penyertaan dalam kandungan interaktif masih rendah hanya 6.7% terlibat dengan kuiz atau pertandingan bertema kebangsaan secara dalam talian dan 12.7% menyatakan mereka sering melihat kempen digital oleh agensi kerajaan.

Secara keseluruhan, **pelajar lebih cenderung kepada penglibatan pasif** seperti menonton, membaca dan mendengar berbanding menyertai aktiviti digital patriotik secara aktif. Dapatan ini selari dengan kajian Zainal et al. (2021) dan Pardi & Zainal Abedin (2024), yang menyatakan bahawa generasi muda lebih tertarik kepada kandungan yang ringan, visual dan berunsur hiburan. Menurut Nor Azhar (2023), menegaskan prinsip kenegaraan kekal utuh meskipun cara individu menzahirkan patriotisme telah berubah.

3.4. Bahagian D : Pembentukan Identiti Nasional



Tahap pembentukan identiti nasional dalam kalangan pelajar adalah tinggi. Berdasarkan Rajah 4, sebanyak 59.3% pelajar menyatakan mereka sangat bangga menjadi rakyat Malaysia manakala 51.3% sangat menghargai sejarah dan perjuangan kemerdekaan negara (Skor 5). Sebanyak 44.7% hingga 48.0% bersetuju sepenuhnya bahawa media sosial meningkatkan kepekaan terhadap isu semasa dan semangat patriotik serta membantu membentuk jati diri nasional. 47.3% pelajar juga melihat media sosial sebagai medium pembentukan identiti nasional yang berkesan. Pernyataan lain seperti “*mengenali tokoh negara melalui media sosial*” (Skor 4 & 5 = 70.0%) dan “*melihat media sosial sebagai alat memperkukuh identiti nasional*” (Skor 5 = 40.7%) turut menunjukkan kecenderungan positif melebihi 60% bagi kebanyakan item. Corak ini membuktikan bahawa **pelajar bukan sahaja terdedah kepada kandungan patriotik malah menginternalisasi nilai kebangsaan melalui pengalaman digital mereka.** Dapatan ini menyokong hujah Yusop et al. (2024) dan Satar et al. (2022) yang menekankan bahawa kandungan visual, naratif dan relevan di media sosial mampu memperkukuh identiti nasional dalam kalangan Generasi Z. Hal ini sejajar dengan inisiatif kerajaan memperkenalkan lencana jalur gemilang bertujuan membakar semangat patriotisme dalam kalangan pelajar (Berita RTM, 2025).

3.5. Kesimpulan Dapatan Kajian

Secara keseluruhannya, kajian ini menunjukkan bahawa Generasi Z mempunyai tahap kesedaran patriotik yang tinggi namun memerlukan pendekatan kandungan digital yang lebih interaktif, kreatif dan sejajar dengan budaya mereka bagi mendorong penglibatan yang lebih aktif. Potensi media sosial sebagai alat pembentukan identiti nasional adalah jelas, namun strategi penyampaian kandungan yang lebih efektif perlu digarap secara menyeluruh oleh pembuat dasar, pendidik, dan penggiat media. Penemuan ini disokong oleh Matthes (2022), yang menekankan bahawa penggunaan media sosial yang bersifat hiburan semata-mata berisiko mengurangkan penglibatan sivik dalam kalangan belia. Oleh itu, kandungan digital perlu dirancang bukan sahaja untuk menarik perhatian, tetapi juga membina makna, nilai dan kesedaran kenegaraan. Selain itu, dapatan Avci et al. (2025) memperkukuh hujahan bahawa penglibatan aktif seperti mencipta kandungan, memberi komen dan berkongsi secara bermakna jauh lebih berkesan dalam membentuk identiti nasional berbanding sekadar menjadi pengguna pasif. Maka, pendekatan dua hala yang melibatkan Gen Z secara langsung dalam penciptaan dan penyebaran naratif patriotik harus digalakkan sebagai salah satu strategi utama dalam memperkukuh jati diri kebangsaan dalam era digital ini. Menurut Nur Aishah, Mohd Azul dan Wan Amizah (2022) unsur patriotisme melalui media baharu seperti Youtube dan Facebook adalah landasan terbaik untuk mengekspresikan rasa cinta terhadap negara. Memuat naik kandungan dan hasil karya seperti video muzik, lagu atau filem pendek boleh divariasikan sesuai dengan cita rasa mereka yang menginginkan peluang untuk mencipta suatu kelainan.

4. KESIMPULAN

Media sosial mempunyai potensi besar sebagai saluran pembentukan identiti nasional dalam kalangan Generasi Z. Namun kejayaan dalam menyemai nilai patriotik bergantung kepada kreativiti penyampaian dan kesesuaian kandungan dengan gaya hidup golongan muda. Kajian ini mencadangkan agar pihak berkaitan membangunkan kandungan digital yang lebih menarik, interaktif dan relevan dengan budaya digital generasi masa kini. Selain itu, pendekatan yang bersifat dua hala seperti pertandingan dalam talian, kempen kolaboratif bersama pempengaruh tempatan, serta penceritaan visual yang menyentuh elemen sejarah dan semasa mampu meningkatkan penglibatan aktif golongan belia. Kajian ini juga menekankan bahawa usaha berterusan perlu digembleng antara pihak kerajaan, institusi pendidikan dan penggiat media bagi memastikan semangat patriotisme dapat terus dipupuk secara efektif dalam dunia digital yang sentiasa berubah dan agar nilai kenegaraan terus segar dalam naratif generasi akan datang.

5. PENGHARGAAN

Setinggi-tinggi penghargaan diucapkan kepada semua pelajar dan pihak pengurusan Netherlands Maritime University College (NMUC) yang telah menjayakan kajian ini.

6. RUJUKAN

- Avci, H., Baams, L., & Kretschmer, T. (2025). A systematic review of social media use and adolescent identity development. *Adolescent Research Review*, 10, 219–236. <https://doi.org/10.1007/s40894-024-00251-1>
- Berita RTM. (2025, April 21). Lencana Jalur Gemilang bakar semangat patriotisme pelajar. Berita RTM. <https://berita.rtm.gov.my/nasional/senarai-berita-nasional/senarai-artikel/lencana-jalur-gemilang-bakar-semangat-patriotisme-pelajar>
- Dewan Masyarakat JendelaDBP. (2021, August 25). Semangat patriotisme, pedulilah anak muda? Dewan Masyarakat. <https://dewanmasyarakat.jendeladbp.my/2021/08/25/1539/>
- Harian Metro. (2023, August 9). Anak muda bukan tak patriotik, mereka ada cara tersendiri tunjuk cinta negara. Harian Metro. <https://www.hmetro.com.my/mutakhir/2023/08/997198/anak-muda-bukan-tak-patriotik-mereka-ada-cara-tersendiri-tunjuk-cinta-negara>
- Khairul, A. M., & Muhammad, H. M. J. (2021, August 28). Jalur Gemilang lambang patriotisme bangsa Malaysia. *Malaysia Gazette*. <https://malaysiagazette.com/2021/08/28/jalur-gemilang-lambang-patriotisme-bangsa-malaysia>
- Matthes, J. (2022). Social media and the political engagement of young adults: Between mobilization and distraction. *Online Media and Global Communication*, 1(1), 6–22. <https://doi.org/10.1515/omgc-2022-0006>
- Md Sham, F. (2018). Generasi Z dan isu perpaduan. In *Proceedings of International Conference on Islam and the Malay World (ICIP)*. <https://www.ukm.my/kita/wp-content/uploads/1.Manuskrip-ICIP.Dr-Fariza.pdf>
- Nor Azhar Ahmad. (2023). Patriotism in the digital era. *New Straits Time*. <https://www.nst.com.my/opinion/letters/2023/08/948457/patriotism-digital-era>
- Nur Aishah Zainal, Mohd Azul Mohamad Salleh & Wan Amizah Wan Mahmud. (2022). Impak media baharu terhadap patriotisme belia di Malaysia. *Jurnal Personalia Pelajar*, 23(1), 1-6.
- Pardi, F., & Zainal Abedin, N. F. (2024). Media sosial dan semangat patriotisme di kalangan Generasi Alpha. *Aspirasi FPP*, Edisi 1. Universiti Teknologi MARA. <https://ir.uitm.edu.my/id/eprint/104607>
- Satar, S. M., Handayani, L. N., Attaulah, I. F., & Santoso, G. (2022). Revitalisasi nasionalisme pada Generasi Z di tengah perubahan global. *Jurnal Pendidikan Transformatif*, 1(3), 82–91. <https://doi.org/10.9000/jpt.v1i3.376>
- Yusop, S. H., Misran, N., Kamal, N., Abu Zahrin, S. N., Salleh, N. S., Wan Ahmad, W. N. A., & Syed Sahuri, S. N. H. (2024). Tahap patriotisme golongan muda di Malaysia: Satu tinjauan literatur = Level of patriotism among Malaysian youth: A literature review. *Sains Insani*, 9(1), 93–102. <https://doi.org/10.33102/sainsinsani.vol9no1.628>
- Zainal, N. A., Salleh, M. A., & Wan Mahmud, W. A. (2021). Semangat patriotisme melalui penggunaan media baharu dalam kalangan belia di Malaysia. *Jurnal Komunikasi: Malaysian Journal of Communication*, 37(4), 177–198. <https://doi.org/10.17576/JKMJC-2021-3704-11>