

Cemuan, kecaman warnai dunia media sosial Najib
The Malaysian Insider
July 7, 2015
Oleh Sheridan Mahavera

Datuk Seri Najib Razak mungkin menerima bilangan "Like" (Suka) dan "Followers" (Pengikut) yang paling tinggi berbanding mana-mana ahli politik di Malaysia, tetapi mutakhir ini, beliau turut menerima paling banyak cemuan daripada pengguna media sosial.

Walaupun posting beliau masih mendapat banyak "Like" berbanding komen negatif, pemerhati berpendapat jumlah negatif yang besar terhadap Najib mencerminkan "angin" rakyat yang diburukkan dengan ekonomi yang lembap dan berita buruk politik yang tidak berkesudahan daripada Putrajaya.

Jumlah negatif di Facebook itu juga membangkitkan persoalan sama ada media sosial benar-benar meningkatkan imej Najib, yang mengaku beliau merupakan pengguna tegar.

Tanpa mengambil kira posting beliau berkenaan isu 1Malaysia Development Berhad (1MDB) pun, beliau mendapat respons menyakitkan hati bagi semua posting yang dinaikkan.

Sama ada ia berkenaan topik biasa seperti cuti umum Nuzul Quran atau ucapan berbuka puasa, posting Najib di Facebook mendapat celaan ramai, kadangkala angkanya mencecah ribuan.

Selain memberi beliau berbagai nama gelaran, komen negatif itu kebanyakannya cenderung berpusat kepada isu kos sara hidup yang tinggi kesan cukai barangan dan perkhidmatan (GST) serta kenaikan harga petrol.

Sebagai contoh, pada 30 Jun, Najib menyiarkan di Facebook gambar beliau bersama dua kanak-kanak miskin yang menerima pakaian baharu sempena Hari Raya yang ditaja pergerakan belia 1M4U.

Posting itu menerima 13,740 "Like" dan 4,789 komen, hampir semuanya memberi komen negatif dan menuduh program itu satu percubaan menyembunyikan keperitan dialami rakyat akibat inflasi.

"Dia je baju baru. Dua orang yang berbaju baru itu boleh melupakan berjuta rakyat yang serba kekurangan. Awesome (Hebat)," tulis pengguna Facebook, Nazrin Sharip.

Pengguna lain, Amran Mat menulis: "Berlakon je lebih.. terima kasih sangat-sangat sebab berjaya memperbodohkan rakyat Malaysia.."

Mohd Shahrul Aswad dan ramai lagi mencatatkan "Turunkan harga minyak, turunkan harga minyak..".

Laporan New Straits Times yang lalu mendakwa, Najib individu kedua paling banyak menerima "Like" di Facebook selepas bekas perdana menteri Tun Dr Mahathir Mohamad.

Tetapi, Najib kini mengatasi Dr Mahathir. Najib menerima 2,786,309 "Likes" berbanding Dr Mahathir 2,443,886.

Di Twitter, Najib mempunyai 2.49 juta pengikut berbanding Dr Mahathir 312,000 sahaja.

Zaharom Nain, seorang profesor komunikasi dan pengajian media berkata, media sosial hanya boleh membantu membina perhubungan awam yang baik, tetapi yang paling penting ialah orang yang menggunakannya.

"Ia tidak akan berjaya untuk anda jika segala-galanya dalam hidup anda adalah negatif. Ia tidak akan membantu jika anda berada dalam kesulitan," kata Zaharom, daripada Nottingham University Malaysia.

Tidak seperti perdana menteri sebelumnya, kehidupan Najib diperhatikan dengan lebih teliti kerana adanya media sosial.

Beliau sendiri turut mengakui hakikat ini apabila membandingkan cabaran pentadbiran beliau dengan Dr Mahathir, penyokong yang kini menjadi musuhnya.

Tetapi, satu lagi perbezaan penting antara Dr Mahathir dan Najib, kata Zaharom, adalah ahli keluarga perdana menteri ketika ini yang hidup diulit kemewahan.

Naratif itu, yang juga disebarkan media sosial, mengatasi percubaan Najib menonjolkan diri sebagai seorang yang sensitif kepada nasib rakyat biasa, kata Zaharom.

"Jurang antara gaya hidup Najib dan rakyat begitu besar dan ini tidak berlaku dengan perdana menteri sebelum ini. "

Jumlah besar kritikan yang diterima itu juga ialah kerana sifat semulajadi media sosial itu sendiri, yang membolehkan orang ramai meluahkan rasa tidak puas hati mereka kepada pemimpin tertinggi, kata Ibrahim Suffian daripada Merdeka Center.

"Pendapat umum terhadap kerajaan dan perdana menteri merudum sejak GST, di kawasan di mana kebanyakan rakyat bukan dari kelas pertengahan, tekanan agak tinggi."

Ini dapat dilihat pada satu posting dibuat pada 1 Julai, mengenai pasukan hoki kebangsaan yang kalah dalam Liga Hoki Dunia separuh akhir. Ia menerima 9,154 "Likes" dan 2,342 komen dan majoriti kritikan tertumpu kepada isu GST dan harga petrol.

Seorang pengguna media sosial, Ramdhan Aidil Fahim menulis: "Kalau minyak x naik

insyaAllah pasukan hoki kita akan menang smlm.. ni disebabkan kenaikan harga minyak pasukan kita x dapat fokus 100% dalam game smlm.. fikiran terganggu disebabkan minyak naik lagi.."

Kebimbangan terhadap ekonomi diburukkan lagi oleh dakwaan penyelewengan dalam institusi kewangan awam seperti Tabung Haji, Mara dan 1MDB, kata Ibrahim.

"Memandangkan aliran berita negatif yang tidak berhenti dan kekurangan naratif timbal balas daripada PM, tidak hairanlah komen yang diterima umumnya negatif."
-7 Julai, 2015.

Copyright © 2015 Edge Insider Sdn Bhd

Source:

<http://www.themalaysianinsider.com/bahasa/article/alam-media-sosial-najib-cemuhan-dan-kritikan-seharian>