

Recibido: 04/12/2021 --- Aceptado: 31/01/2022 --- Publicado: 14/02/2022

ESTUDIO DE LOS FACTORES QUE AFECTAN EL COMPORTAMIENTO DE BÚSQUEDA DE INFORMACIÓN POLÍTICA A TRAVÉS DE LAS REDES SOCIALES ENTRE JÓVENES EN MALASIA

EXAMINING THE FACTORS AFFECTING POLITICAL INFORMATION- SEEKING BEHAVIOUR THROUGH SOCIAL MEDIA AMONG YOUTHS IN MALAYSIA

Nor Hafizah Abdullah. Universidad Sultan Zainal Abidin (UniSZA). Malasia.
hafizahabdullah@unisza.edu.my

Isyaku Hassan. Universidad Sultan Zainal Abidin (UniSZA). Malasia.
isyaku87@gmail.com

Tuan Sharifah Azura Tuan Zaki. Universidad Sultan Zainal Abidin (UniSZA).
Malasia.
azura_anshari@yahoo.com

Muhamad Fazil Ahmad. Universidad Sultan Zainal Abidin (UniSZA). Malasia.
mfazilahmad@unisza.edu.my

Nor Azlili Hassan. Universidad Tunku Abdul Rahman (UTAR). Malasia
azlili@utar.edu.my

Ahmad Suffian Mohd Zahari. Universidad Teknologi MARA (UiTM). Malasia
ahmadsuf@uitm.edu.my

Mohd Mahadee Ismail. Universidad Putra Malasia (UPM). Malasia
mahadee@upm.edu.my

Nor Jijidiana Azmi. Universidad Sultan Zainal Abidin (UniSZA). Malasia
jijidianaazmi@unisza.edu.my

Cómo citar el artículo:

Abdullah, N. H., Hassan, I., Tuan-Zaki, T. S. A., Fazil-Ahmad, M., Hassan, N. A., Mohd-Zahari, A. S., Ismail, M. M. y Azmi, N. J. (2022). Estudio de los factores que afectan el comportamiento de búsqueda de información política a través de las Redes Sociales entre jóvenes en Malasia. *Revista de Comunicación de la SECCI*, 55, 1-15. <http://doi.org/10.15198/seeci.2022.e746>

RESUMEN

Las características dinámicas de las redes sociales brindan un amplio espacio para que la sociedad obtenga información útil, incluida información política. Este avance en la difusión de información debe ser beneficiado por todos los estratos de la sociedad, incluidos los jóvenes, para aumentar su participación en los asuntos relacionados con la política nacional. Por lo tanto, esta investigación tiene como objetivo examinar los efectos de la eficacia, la satisfacción política, el conocimiento, la motivación y las redes sociales en el comportamiento de búsqueda de información política entre los estudiantes de las universidades públicas de Malasia. El estudio empleó un método de encuesta en el que se utilizó un cuestionario de desarrollo propio como instrumento de recopilación de datos. El cuestionario se administró a una muestra de múltiples etapas de 381 encuestados de universidades públicas seleccionadas en Malasia. Los datos se analizaron utilizando modelos de ecuaciones estructurales. Los resultados mostraron que la eficacia, el conocimiento y la utilidad de las redes sociales tienen efectos significativos en el comportamiento de búsqueda de información política entre los jóvenes de Malasia. Sin embargo, la satisfacción política y la motivación no afectan el comportamiento de búsqueda de información política entre los encuestados. Por lo tanto, este estudio indica el potencial de la eficacia, el conocimiento y las redes sociales para influir en los jóvenes de Malasia en términos de búsqueda de información política. Este resultado puede ayudar a los responsables políticos a tomar decisiones informadas sobre la contribución de los jóvenes al proceso democrático, particularmente en el contexto de Malasia.

Palabras clave: Educación, Eficacia, Comportamiento de búsqueda de información, Motivación, Satisfacción política, Redes sociales, Juventud.

ABSTRACT

The dynamic characteristics of social media provide a vast space for society to obtain useful information including political information. This advancement of information dissemination must be benefited by every layer of society, including the youth, to increase their participation in issues regarding national politics. Therefore, this research aims to examine the effects of efficacy, policy satisfaction, knowledge, motivation, and social media on political information-seeking behavior among students in Malaysian public universities. The study employed a survey method in which a self-developed questionnaire was used as a data-gathering instrument. The questionnaire was administered to a multi-stage sample of 381 respondents from selected public universities in Malaysia. The data were analyzed using structural equation modeling. The results showed that efficacy, knowledge, and usefulness of social media have significant effects on political information-seeking behavior among youth in Malaysia. Meanwhile, policy satisfaction and motivation do not affect political information-seeking behavior among the respondents. Thus, this study indicates the potential of efficacy, knowledge, and social media to influence Malaysian youths in terms of political-information seeking. This outcome can help policymakers to make informed decisions on the youth's contribution to the democratic process, particularly in the Malaysian context.

Abdullah, N. H., Hassan, I., Tuan-Zaki, T. S. A., Fazil-Ahmad, M., Hassan, N. A., Mohd-Zahari, A. S., Ismail, M. M. y Azmi, N. J.

Estudio de los factores que afectan el comportamiento de búsqueda de información política a través de las Redes Sociales entre jóvenes en Malasia

Keywords: Education, Efficacy, Information-seeking behavior, Motivation, Policy satisfaction, Social media, Youth.

ESTUDO DE FATORES QUE AFETAM O COMPORTAMENTO DE PROCURA DE INFORMAÇÕES POLÍTICAS ATRAVÉS DE REDES SOCIAIS ENTRE JOVENS NA MALÁSIA

RESUMO

As características dinâmicas das redes sociais proporcionam amplo espaço para a sociedade obter informações úteis, inclusive informações políticas. Esse avanço na disseminação de informações deve ser beneficiado por todas as camadas da sociedade, inclusive os jovens, para aumentar sua participação nos assuntos relacionados à política nacional. Portanto, esta pesquisa visa examinar os efeitos da eficácia, satisfação política, conhecimento, motivação e redes sociais no comportamento de procura de informações políticas entre estudantes de universidades públicas da Malásia. O estudo empregou um método de pesquisa em que um questionário auto desenvolvido foi utilizado como instrumento de coleta de dados. O questionário foi administrado a uma amostra de vários estágios de 381 entrevistados de universidades públicas selecionadas na Malásia. Os dados foram analisados por meio de modelagem de equações estruturais. Os resultados mostraram que a eficácia, o conhecimento e a utilidade das mídias sociais têm efeitos significativos no comportamento de procura de informações políticas entre os jovens da Malásia. No entanto, a satisfação e motivação política não afetam o comportamento de procura de informações políticas entre os entrevistados. Portanto, este estudo indica o potencial da eficácia, conhecimento e redes sociais para influenciar a juventude malaia em termos de busca de informações políticas. Esse resultado pode ajudar os formuladores de políticas a tomar decisões informadas sobre a contribuição dos jovens para o processo democrático, particularmente no contexto da Malásia.

Palavras-chave: Educação, Eficácia, Comportamento de procura de informação, Motivação, satisfação política, Redes sociais, Juventude.

Traducción por: Paula González. Universidad Católica Andrés Bello. Venezuela.

1. INTRODUCCIÓN

Los medios y la tecnología se consideran herramientas fundamentales para la comunicación y la educación del público sobre cuestiones políticas, sociales y económicas actuales. Desde principios de la década de 1980, las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) han servido como una plataforma clave para que muchas personas accedan a la información y realicen otras actividades que están influenciadas por los avances tecnológicos, particularmente desde sus hogares, escuelas y lugares de trabajo. Como resultado, una amplia gama de TIC, como la radio y la televisión, así como las tecnologías digitales más modernas, como las computadoras e Internet, han surgido como instrumentos de apoyo de alto potencial

en las actividades políticas. Los jóvenes de hoy se están volviendo más receptivos a los nuevos medios por razones políticas. Por ejemplo, YouTube, una plataforma de video en línea, ha ganado popularidad como plataforma para compartir videos personales y se ha utilizado para descargar y publicar imágenes de discursos y actividades políticas (Eady et al., 2020; Lingam y Aripin, 2017). Otros sitios de redes sociales, como Facebook y Twitter, así como aplicaciones de mensajería instantánea como WhatsApp, juegan un papel importante en el contexto político como fuente de información y participación. Esta circunstancia muestra por qué y cómo las actividades de recuperación de información política en línea pueden verse como una alternativa a las formas *offline* de comunicarse con amigos, discutir, hacer preguntas o compartir creencias o información sobre temas relacionados con preocupaciones políticas, en particular.

En general, las investigaciones han revelado la importancia de las redes sociales para la información política (Abdullah et al., 2021; Salman y Salleh, 2020). Sin embargo, los estudios sobre la búsqueda de información política que involucra específicamente a los jóvenes no han sido examinados sustancialmente en el contexto local de Malasia. Los jóvenes son el grupo demográfico que domina el uso de las redes sociales para diversos fines (MCMC, 2019). Como grupo demográfico que se mantiene firme en el uso de las redes sociales, puede ser bastante desfavorable si los jóvenes no aprovechan las redes sociales. Según un estudio realizado por Razali e Ilham (2021), la actividad más común que realizan los jóvenes en las redes sociales es la búsqueda de noticias políticas. La plataforma de redes sociales ha facilitado a los usuarios obtener información política. Salman y Salleh (2020) también sugirieron que se investigaran más las actividades políticas en Internet entre los jóvenes. Los estudios previos sobre los jóvenes y la participación política en línea a través de las redes sociales se han mostrado claramente prometedores (Abdullah et al., 2021; Razali e Ilham, 2021).

Mientras que un análisis sistemático realizado por Kaye y Johnson (2004) encontró que se necesita más investigación sobre el uso de las redes sociales en el contexto del comportamiento de búsqueda de información para abordar cuestiones tales como la motivación detrás de las actitudes de los jóvenes hacia las redes sociales, información de calidad, así como la confiabilidad de la información. Utilizando un método de encuesta, este estudio busca examinar los efectos de la eficacia, la satisfacción política, el conocimiento, la motivación y las redes sociales en el comportamiento de búsqueda de información política entre los estudiantes de las universidades públicas de Malasia. Así, se desarrollaron las siguientes hipótesis.

H1: La eficacia tiene efectos significativos en el comportamiento de búsqueda de información política

H2: La satisfacción con la política tiene efectos significativos en el comportamiento de búsqueda de información política

H3: El conocimiento tiene efectos significativos en el comportamiento de búsqueda de información política

H4: La motivación tiene efectos significativos en el comportamiento de búsqueda de información política

H5: La utilidad de las redes sociales tiene efectos significativos en el comportamiento de búsqueda de información política

1.2. Revisión de la literatura

La información política se puede obtener de una variedad de fuentes, incluidos los analistas políticos, la familia, los amigos, la comunidad, los medios de comunicación masivos como la televisión y la radio, e Internet, que ahora incluye una variedad de nuevas aplicaciones con funciones más atractivas, como las redes sociales. Todos estos canales y fuentes de información, según Rains (2008), tienen características únicas que atraen a una persona a elegirlos y usarlos como medio de recuperación de información. La eficacia es uno de los elementos que se espera que afecten el comportamiento de búsqueda de información política. Muchos académicos examinaron la eficacia entre los jóvenes (Austin et al., 2008; Moffett y Rice, 2018; Muralidharan y Sung, 2016; Tedesco, 2007). Moffett y Rice (2018), por ejemplo, realizaron una investigación previa a las elecciones de 2016 de estudiantes universitarios para comprender mejor el vínculo entre la eficacia política y la participación política de los jóvenes. Según los hallazgos del estudio, los estudiantes que pasaban más tiempo en las plataformas de redes sociales y compartían noticias políticas tenían más probabilidades de crear publicaciones políticas y persuadir a otros para que votaran por un candidato en una elección. En otras palabras, los estudiantes que pasan más tiempo en línea buscando información política tienen más probabilidades de expresar sus propias creencias políticas o eficacia que aquellos que usan menos las redes sociales.

Además, la satisfacción política se considera un predictor del comportamiento de búsqueda de información política. La satisfacción política se define como una política que incorpora procedimientos y resultados de elaboración de políticas (Whiteley et al., 2013). Como tal, queda claro que un número cada vez mayor de personas participa en la formulación de políticas, particularmente con la ayuda de tecnología como las redes sociales, lo que da como resultado un proceso más equitativo y la satisfacción de las personas con los resultados. Esta observación respalda la afirmación de que la búsqueda de información ayuda en la difusión de información sobre los procesos y resultados de las políticas a los ciudadanos (Whiteley et al., 2016). Surge la pregunta de si la participación individual en la sociedad puede afectar los resultados de las políticas o si los resultados de las políticas pueden afectar la participación política. En este sentido, la investigación indica la esperanza de los jóvenes de que las opiniones políticas sean escuchadas, comprendidas y analizadas por el gobierno, que luego pueden usarse como guía en la toma de decisiones o la política nacional (Awang et al., 2012). Esto, a su vez, puede hacer que los jóvenes se involucren más en la política, por ejemplo, a través de la búsqueda de información política en las plataformas de redes sociales.

Además, muchos estudios anteriores han demostrado que el conocimiento político y la participación de las personas son fundamentales en el proceso democrático

(Charles, 2010; De Vreese y Boomgaarden, 2006; Rahmawati y Dhewanto, 2014). Cuanto menor es el conocimiento político de las personas, menor es su participación en la política y su acceso o búsqueda de información política (O'Neill, 2006). En consecuencia, las redes sociales pueden ayudar a las personas a aprender más sobre política (Kaye y Johnson, 2004; Raof et al., 2013). Los ciudadanos bien informados, por otro lado, tienen más probabilidades de participar en política. Las personas con conocimiento de un partido político, por ejemplo, pueden obtener información, formarse una opinión sobre un tema y luego elegir un partido de manera efectiva (O'Neill, 2006). Esta visión muestra que las actividades de conocimiento y compromiso político, así como la búsqueda de información política, tienen una conexión positiva (De Vreese y Boomgaarden, 2006).

Además, una de las características que ha sido ampliamente explorada es la motivación política y su relación con la participación de los jóvenes en la búsqueda de información política. El compromiso político, según Verba (1996), es el indicador más esencial del interés político, ya que impulsa a los ciudadanos a votar. En su estudio, Kaye y Johnson (2002) concluyeron que las redes sociales tienen un papel en la generación de interés político y motivación entre los jóvenes en su búsqueda de información y noticias políticas. Abdullah et al. (2021) también descubrió que la generación más joven de Malasia tiene un gran interés en la política, con un 60 % de los encuestados hablando de política con amigos, un 52 % con familiares y un 32 % con activistas políticos.

En general, las aplicaciones de redes sociales en línea están diseñadas para facilitar el intercambio de información, difundir conocimientos y expresar pensamientos más fácilmente (Chan-Olmsted, et al., 2013; Hassan et al., 2020; Nasidi et al., 2021). Esta capacidad ilustra el papel de las redes sociales como canal o intermediario entre personas de diversos orígenes en términos de comportamiento de búsqueda de información en una variedad de situaciones. En este sentido, Lee y Lim (2016) encontraron que los usuarios aceptan la usabilidad de las redes sociales que se considera que tienen fuertes capacidades de interacción. Según los hallazgos de Abdullah et al. (2021), el uso de nuevos medios como fuente de recuperación de información política se ha incrementado recientemente. Los autores creen que las redes sociales sirven como un intermediario de información eficaz. Como resultado de las interacciones que tienen lugar, las redes sociales sirven como un medio para formar relaciones sociales sólidas. El mensaje transmitido y compartido en las redes sociales, según Lee y Lim (2016), es un refuerzo social positivo entre los usuarios.

2. METODOLOGÍA

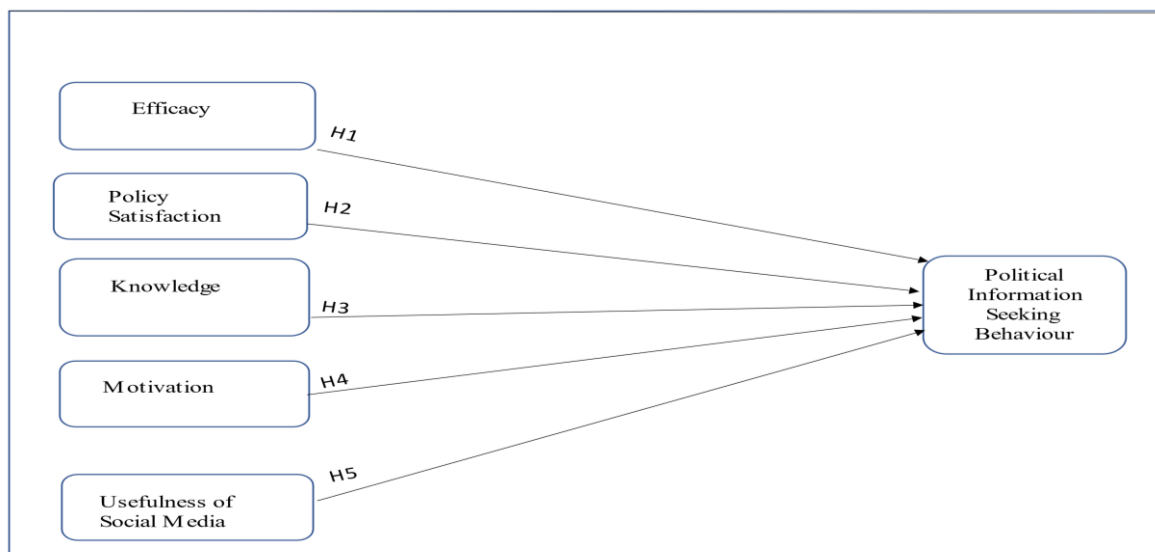
Esta investigación empleó un enfoque cuantitativo en el que se utilizó un cuestionario de desarrollo propio como instrumento de recopilación de datos. El cuestionario se construyó utilizando una escala de Likert de 7 puntos de la siguiente manera: (1) totalmente en desacuerdo, (2) en desacuerdo, (3) algo en desacuerdo, (4) no estoy seguro, (5) algo de acuerdo, (6) de acuerdo y (7) totalmente de acuerdo. Los encuestados consisten en estudiantes universitarios (de 19 a 25 años) en universidades públicas seleccionadas de Malasia. Se eligió este grupo de edad porque

los jóvenes representan un gran porcentaje de los usuarios de las redes sociales. Según Abdullah et al. (2021), los jóvenes constituyen el mayor porcentaje de usuarios de redes sociales, como Facebook y Twitter, y la mayoría de ellos son estudiantes universitarios. Los encuestados fueron seleccionados mediante un muestreo de etapas múltiples, que es apropiado para el contexto de esta investigación que consiste en encuestados con una variedad de características y entornos. Este muestreo de etapas múltiples divide una gran población en varias etapas para que el proceso de muestreo sea más práctico. Se seleccionó un total de 381 encuestados con base en la tabla de determinación del tamaño de la muestra de Krejcie y Morgan (1970). Según Chua (2006), la estimación de las medidas del tamaño de la muestra utilizando la fórmula de Krejcie y Morgan es una técnica comúnmente utilizada y adoptada por muchos investigadores.

Los datos se analizaron utilizando estadísticas descriptivas utilizando SPSS versión 21. Posteriormente, se empleó un enfoque de dos pasos de modelado de ecuaciones estructurales para analizar más a fondo los datos utilizando Análisis de estructura de momento (AMOS 22.0). En primer lugar, se ejecutó el Análisis Factorial Confirmatorio (AFC) para estimar la confiabilidad y validez del modelo de medición, y, en segundo lugar, se llevó a cabo el Modelo de Ecuaciones Estructurales (MES) para determinar los efectos de la eficacia, la satisfacción política, el conocimiento, la motivación y las redes sociales en el comportamiento de búsqueda de información política. Este análisis incluye las estadísticas X^2 , el error cuadrático medio de aproximación (ECMA), el índice de ajuste compuesto (IAC), el índice de ajuste normativo (IAN) y la relación X^2 /grados de libertad. MES se utilizó para examinar las hipótesis propuestas, y el marco de investigación se muestra en la Figura 1 de la siguiente manera.

Figura 1

Modelo Conceptual



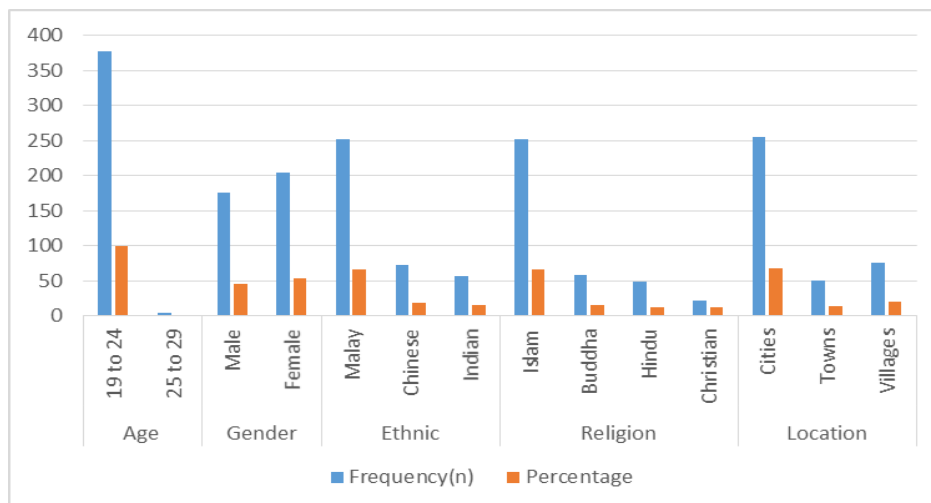
3. RESULTADOS

3.1. Demografía de los Participantes

Como se muestra en la Figura 1, las estudiantes mujeres constituyen el 54 % de los encuestados, mientras que los hombres representan el resto (46%). La edad promedio de los encuestados es de 20 años, aproximadamente el 99 % tiene entre 19 y 24 años y el 1% tiene entre 25 y 29 años. Los malayos constituyen la mayor parte de los encuestados (66,1%), los chinos (18,9%) y los hindúes constituyen el resto (15%). La mayoría de los encuestados (66,1%) eran musulmanes, seguidos por budistas (15,5%), hinduistas (12,6%) y cristianos (12,6%), respectivamente. En cuanto a la ubicación, la mayoría de los encuestados (67%) vive en ciudades, mientras que el resto vive en pueblos (13%) y aldeas (20%).

Figura 2

Perfil demográfico de los encuestados (n=381)



3.2. Modelo de Medición

Se realizó AFC para probar la confiabilidad y validez de la medición. Los resultados de AFC indicaron un ajuste de modelo aceptable, incluidos $\chi^2/df=1,038$, $IAC=0,996$ o $TLI=0,995$ y $ECMA=0,011$. Los resultados de evaluar el modelo estructural se ajustan para el modelo directo indicando que el modelo se ajustaba a los datos; Los índices de bondad de ajuste del modelo estructural muestran que GFI, IAC, IAN, TLI e IFI cierran o superan significativamente su valor de corte (0,9). Además, el ECMA fue de .011, que se encuentra dentro del rango recomendado de aceptabilidad (entre .03 y .08). Como se muestra en la Tabla 2, las cargas factoriales, la varianza promedio extraída (VPE) y los índices de confiabilidad compuesta de todos los factores tienen un valor alto. Los valores de confiabilidad compuesta, todos por encima de 0,70, muestran que la medición de los constructos es confiable. Los valores VPE indican variables de eficacia con valores VPE, .575 y CC, .871, variables de conocimiento con valores VPE, .593 y CC, .879, variables de satisfacción política con valores VPE, .600 y CC, .882, variables de motivación con valores VPE, .592 y CC, .879, variables de utilidad de redes sociales con valores VPE,

.592 y CC, .921 y variables de comportamiento de búsqueda de información con valores VPE, .590 y CC, .920.

Tabla 1

Resultados del Análisis Factorial Confirmatorio

Variables	Confiabilidad Compuesta (CC ≥ .6)	Varianza Promedio Extraída (VPE ≥ .5)
Comportamiento	0.920	0.590
Eficacia	0.871	0.575
Conocimiento	0.879	0.593
Satisfacción política	0.882	0.600
Motivación	0.879	0.592
Utilidad de las Redes Sociales	0.921	0.592

La Tabla 2 muestra la correlación de los constructos. Para lograr la validez discriminante, el coeficiente de correlación entre un par de constructos debe ser inferior a la raíz cuadrada del VPE de cada constructo. Todos los constructos del modelo lograron este requisito, lo que indica una validez discriminante adecuada.

Tabla 2

Tabla de correlación

Variables	Comportamiento	Eficacia	Conocimiento	Satisfacción política	Motivación	Utilidad de las Redes Sociales
Comportamiento	0.768					
Eficacia	0.607	0.758				
Conocimiento	0.522	0.514	0.770			
Satisfacción política	0.531	0.556	0.515	0.775		
Motivación	0.537	0.563	0.511	0.543	0.769	
Utilidad de las Redes Sociales	0.564	0.594	0.545	0.522	0.564	0.769

3.2. Modelo de Medición

Se utilizó MES para determinar la contribución directa de cada constructo de las variables independientes ingresadas en la ecuación con respecto a la variable dependiente. Los resultados se presentan en la Tabla 3. Además, la Figura 3 resume los resultados para las hipótesis propuestas de la siguiente manera.

Figura 3

Modelo Estructural

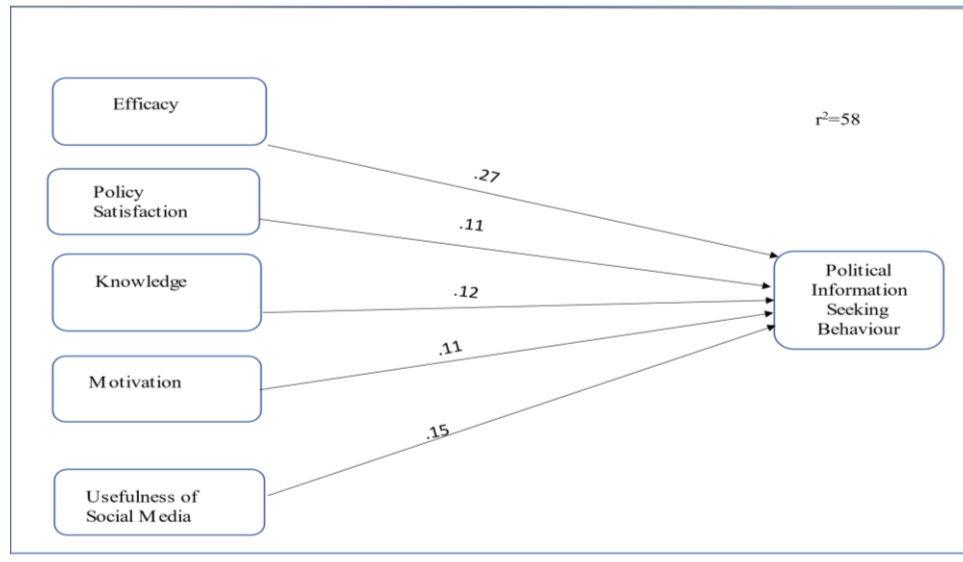


Tabla 3

Resultados de las trayectorias hipotéticos

Trayectorias	Estimación	S.E	C.C	p	Hipótesis
Eficacia → Comportamiento	.185	.050	3.693	***	Confirmado
Satisfacción Política → Comportamiento	.067	.038	1.757	.079	No confirmado
Conocimiento → Comportamiento	.079	.040	1.982	.047	Confirmado
Motivación → Comportamiento	.076	.044	1.743	.081	No confirmado
Redes sociales → Comportamiento	.097	.042	2.307	.021	Importancia de las redes sociales

Los resultados de evaluar los ajustes del modelo estructural para el modelo directo indicaron que el modelo se ajustaba a los datos; ($\chi^2/DF = 1.074$, $p = .000$, $IAC = .991$, $IFI = .991$, $TLI = .991$, $ECMA = .015$). Los índices de bondad de ajuste del modelo de estructura mostraron que IAC , IFI y TLI superan significativamente su valor de corte (0.9). Además, el $ECMA$ fue de .015, que se encuentra dentro del rango recomendado de aceptabilidad (entre .03 y .08). El valor del coeficiente de determinación R^2 es .58. La figura 2 indica que la contribución de la eficacia, la satisfacción política, el conocimiento, la motivación y la utilidad de las redes sociales para estimar el comportamiento de búsqueda de información política es del 58%. Como se muestra en la Tabla 3, el resultado muestra que hay un efecto significativo de la eficacia ($\beta=.185$, $CC = 3.693$, $p < ***$), el conocimiento ($\beta=.079$, $CC=1.982$,

$p=.047$) y la utilidad de las redes sociales ($\beta=.097$, $CC=2.307$, $p=.021$) sobre el comportamiento de búsqueda de información política, confirmando la H1, H3 y H5. Además, el resultado del modelo estructural, según la Tabla 3, indicó que la satisfacción política y la motivación ($\beta=.067$, $CC=1.757$, $p=.079$ $\beta=.076$, $CC=1.743$, $p=.081$) no tenían ningún efecto significativo sobre el comportamiento de búsqueda de información política. Por tanto, se rechazan la H2 y H4.

4. CONCLUSIONES Y DISCUSIÓN

Esta investigación examinó los factores que afectan el comportamiento de búsqueda de información política entre los jóvenes de Malasia. Los resultados demostraron que la eficacia, el conocimiento y la utilidad de las redes sociales tienen efectos significativos en el comportamiento de búsqueda de información política entre los estudiantes de las universidades públicas de Malasia. Mientras que, la satisfacción política y la motivación no afectan el comportamiento de búsqueda de información política entre los encuestados. Curiosamente, una mayor exposición a la interactividad de las redes sociales mejora significativamente el comportamiento de búsqueda de información política. La contribución de esta investigación radica en la provisión de información útil sobre los determinantes importantes del comportamiento y las actividades de búsqueda de información política entre los jóvenes, particularmente en Malasia, lo que puede ayudar a los responsables políticos a tomar decisiones informadas sobre la contribución de los jóvenes al proceso democrático en el país. Sin embargo, esta investigación se limita al análisis cuantitativo y, por lo tanto, existe la necesidad de una investigación cualitativa para explorar más factores que afectan el comportamiento de búsqueda de información política entre los jóvenes de Malasia.

5. REFERENCIAS

- Abdullah, N. H., Hassan, I., Ahmad, M. F., Hassan, N. A. y Ismail, M. M. (2021). Social media, youths and political participation in Malaysia: A review of literature. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 11(4), 845-857. <http://doi.org/10.6007/ijarbss/v11-i4/9578>
- Austin, E. W., van de Vord, R., Pinkleton, B. E. y Epstein, E. (2008). Celebrity endorsements and their potential to motivate young voters. *Mass Communication and Society*, 11(4), 420–436. [10.1080/15205430701866600](https://doi.org/10.1080/15205430701866600)
- Awang, J. B., Jali, M. F. M., Ibrahim, Y., Sidek, A. H., Jeniri, A., Fauzi, R. y Lyndon, N. (2012). Persepsi politik pengundi belia Melayu pasca pilihan raya umum (PRU) 2008 di Malaysia (Political perceptions of Malay youth voters after the 2008 General Election in Malaysia). *Jurnal Melayu*, 9(1), 191–214.
- Chan-Olmsted, S., Rim, H. y Zerba, A. (2013). Mobile news adoption among young adults: Examining the roles of perceptions, news consumption, and media usage. *Journalism and Mass Communication Quarterly*, 90(1), 126–147. <http://doi.org/10.1177/1077699012468742>
- Charles, M. C. W. (2010). *Impact of digital inequality on civic and political*

- Abdullah, N. H., Hassan, I., Tuan-Zaki, T. S. A., Fazil-Ahmad, M., Hassan, N. A., Mohd-Zahari, A. S., Ismail, M. M. y Azmi, N. J. Estudio de los factores que afectan el comportamiento de búsqueda de información política a través de las Redes Sociales entre jóvenes en Malasia
- participation* [Doctoral Disertación]. The Hong Kong Universidad of Science Database. and Technology, Hong Kong.
- Chua L. C. (2006). Sample size estimation using Krejcie and Morgan and Cohen Statistical Power Analysis: A comparison. *Jurnal Penyelidikan IPBL*, 7(1), 78–86.
- De Vreese, C. H. y Boomgaarden, H. (2006). News, political knowledge and participation: The differential effects of news media exposure on political knowledge and participation. *Acta Politica*, 41(4), 317-341. <http://doi.org/10.1057/palgrave.ap.5500164>
- Eady, G., Bonneau, R., Tucker, J. A. y Nagler, J. (2020). News sharing on social media: Mapping the ideology of news media content, citizens, and politicians. <https://osf.io/ch8gj/>
- Hassan, I., Azmi, M. N. L. y Abdullahi, A. M. (2020). Evaluating the spread of fake news and its detection techniques on Social Networking Sites. *Romanian Journal of Communication and Public Relations*, 22(1), 111-125.
- Kaye, B. K. y Johnson, T. J. (2002). Online and in the Know: Uses and gratifications of the web for political information. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 46(1), 54–71. http://doi.org/10.1207/s15506878jobem4601_4
- Kaye, B. K. y Johnson, T. J. (2004). A web for all reasons: Uses and gratifications of Internet components for political information. *Telematics and Informatics*, 21(3), 197–223. [http://doi.org/10.1016/S0736-5853\(03\)00037-6](http://doi.org/10.1016/S0736-5853(03)00037-6)
- Krejcie, R. V. y Morgan, D. W. (1970). Determining sample size for research activities. *Educational and Psychological Measurement*, 6(1), 607–610.
- Lee, K. W. R. y Lim, E. P. (2016). Friendship maintenance and prediction in multiple social networks. *HT 2016 - Proceedings of the 27th ACM Conference on Hypertext and Social Media*, 2(1), 83–92. <http://doi.org/10.1145/2914586.2914593>
- Lingam, R. A. y Aripin, N. (2017). Comments on fire! classifying flaming comments on youtube videos in Malaysia. *Jurnal Komunikasi: Malaysian Journal of Communication*, 33(4), 104–118. <http://doi.org/10.17576/JKMJC-2017-3304-07>
- Malaysian Communications and Multimedia Commission. (2019). *Communications and multimedia pocketbook of statistics 2019*. Cyberjaya. https://www.mcmc.gov.my/skmmgovmy/media/general/pdf/1h-2016-cm-pocketbook_revised.pdf
- Moffett, K. W. y Rice, L. L. (2018). College students and online political expression during the 2016 election. *Social Science Computer Review*, 36(4), 422–439. <http://doi.org/10.1177/0894439317721186>
- Muralidharan, S. y Sung, Y. (2016). Direct and mediating effects of information efficacy on voting behavior: Political socialization of young adults in the 2012 US

Abdullah, N. H., Hassan, I., Tuan-Zaki, T. S. A., Fazil-Ahmad, M., Hassan, N. A., Mohd-Zahari, A. S., Ismail, M. M. y Azmi, N. J.
Estudio de los factores que afectan el comportamiento de búsqueda de información política a través de las Redes Sociales entre jóvenes en Malasia

presidential election. *Communication Reports*, 29(2), 100–114.
<http://doi.org/10.1080/089>

Nasidi, Q. Y., Ahmad, M. F. y Hassan I. (2021). Mediating role of social media in the relationship between reliability, perceived usefulness on online shopping behavior: Building a conceptual framework. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 11(2), 385-393. <http://doi.org/10.6007/ijarbss/v11-i2/8834>

O'Neill, B. (2006). *Human capital, civic engagement, and political participation: Canadian, turning skills and knowledge into engagement and action*. <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.506.4559&rep=rep1&type=pdf>

Rahmawati, S. y Dhewanto, W. (2014). *Technology acceptance of optimization in search engine (internet) among optimizer in Indonesia*. International Conference on Trends in Multidisciplinary Business and Economics Research, March, 185–196. <http://doi.org/10.13140/2.1.2389.8566>

Raof, J. K., Zaman, H. B., Ahmad, A. y Al-qaraghuli, A. (2013). Using social network systems as a tool for political change. *International Journal of Physical Sciences*, 8(21), 1143–1148. [doi 0.5897/ijps2013.3897](http://doi.org/10.5897/ijps2013.3897)

Razali, M. y Ilham, N. (2021). Media baharu dan aktiviti politik belia Melayu di Selangor (New media and political activities of Malay youth in Selangor). *Journal of Social Science*, 7(1), 45–54.

Salman, A. y Salleh, M. A. M. (2020). Examining the relationship between political agenda on social media and political support among Universidad students. *Jurnal Komunikasi: Malaysian Journal of Communication*, 36(3), 281–295. <http://doi.org/10.17576/jkmjc-2020-3603-17>

Tedesco, J. C. (2007). Examining internet interactivity effects on young adult political information efficacy. *American Behavioral Scientist*, 50(9), 1183–1194. <http://doi.org/10.1177/0002764207300041>

Verba, S. (1996). The citizen as respondent: Sample surveys and American democracy presidential address, American political science association, 1995. *American Political Science Review*, 90(1), 1–7. <http://doi.org/10.2307/2082793>

Whiteley, P. F., Clarke, H. D., Sanders, D. y Stewart, M. (2013). Why do voters lose trust in governments? Public perception of government honesty and trustworthiness from 1997 to 2013 [Presentation]. Conference on Schools, Citizens and Politics in Britain Today: Still a Civic Culture. London.

Whiteley, P., Clarke, H. D., Sanders, D. y Stewart, M. (2016). Why do voters lose trust in governments? Public perceptions of government honesty and trustworthiness in Britain 2000-2013. *British Journal of Politics and International Relations*, 18(1), 234–254. <http://doi.org/10.1111/1467-856X.12073>

Abdullah, N. H., Hassan, I., Tuan-Zaki, T. S. A., Fazil-Ahmad, M., Hassan, N. A., Mohd-Zahari, A. S., Ismail, M. M. y Azmi, N. J.
Estudio de los factores que afectan el comportamiento de búsqueda de información política a través de las Redes Sociales entre jóvenes en Malasia

AUTORES

Nor Hafizah Abdullah

Profesora Colaboradora de Comunicación en el Centro de Idiomas Modernos y Comunicación, Facultad de Idiomas y Comunicación, Universidad Sultan Zainal Abidin (UniSZA), Terengganu, Malasia. Sus áreas de interés de investigación incluyen nuevos medios y comunicación, comunicación política, comunicación intercultural, comunicación humana, así como ciencias sociales y humanidades. Ha publicado una serie de artículos de investigación en revistas de alto impacto centrados en diversos temas, en particular los relacionados con los nuevos medios y la comunicación.

Orcid ID: <https://orcid.org/0000-0002-2143-871X>

ResearchGate: <https://www.researchgate.net/profile/Nor-Hafizah-2>

Publons: <https://publons.com/researcher/4780926/nor-hafizah-abdullah/>

Isyaku Hassan

Investigador Postdoctoral en la Facultad de Idiomas y Comunicación, Universidad Sultan Zainal Abidin (UniSZA), Terengganu, Malasia. Es un investigador activo con un gran interés en las áreas de lingüística de los medios, medios de comunicación y religión, comunicación cultural, medios interactivos y estudios lingüísticos. Publicó varios artículos de investigación en revistas de alto impacto y asistió a varios congresos locales e internacionales.

Orcid ID: <https://orcid.org/0000-0002-8260-2894>

Researchgate: <https://www.researchgate.net/profile/Isyaku-Hassan-2>

Google Scholar: https://scholar.google.com/citations?user=n1_uEnoAAAAJ&hl=en

Academia: <https://unisz.academia.edu/IsyakuHassan>

Publons: <https://publons.com/researcher/3164950/isyaku-hassan/>

Tuan Sharifah Azura Binti Tuan Zaki

Estudiante de posgrado en la Facultad de Ciencias Sociales Aplicadas, Universidad Sultan Zainal Abidin (UniSZA), Terengganu, Malasia. Su investigación se centra en temas relacionados con las relaciones públicas, la responsabilidad social corporativa, el desarrollo sostenible, la gestión del conocimiento, la comunicación corporativa, así como las ciencias sociales y las humanidades. Ha publicado artículos de investigación y asistido a congresos locales e internacionales.

Researchgate: <https://www.researchgate.net/profile/Tuan-Sharifah-Azura-Tuan-Zaki>

Muhamad Fazil Ahmad

Profesor Asociado de Comunicación en la Facultad de Ciencias Sociales Aplicadas y Director del Centro de Arte y Patrimonio de la Universidad Sultan Zainal Abidin, (UniSZA), Terengganu, Malasia. Sus áreas de interés incluyen relaciones públicas, comunicación humana, comunicación corporativa, etiquetado halal, así como estudios culturales y de pantalla. Actualmente, su principal área de investigación se ocupa de la relación entre la teoría y la práctica de la Responsabilidad Social Corporativa (RSC) para la sustentabilidad, en particular cómo la teoría informa la práctica y/o cómo la práctica informa la teoría.

Orcid ID: <https://orcid.org/0000-0002-9992-8305>

Google Scholar: <https://scholar.google.com/citations?user=2fq26SAAAAJ&hl=en>

Researchgate: <https://www.researchgate.net/profile/Muhamad-Ahmad-4>

Nor Azlili Hassan

Profesora Ayudante Doctora de Sociología en la Facultad de Industrias Creativas, Universidad Tunku Abdul Rahman (UTAR), Selangor, Malasia. Sus intereses de investigación incluyen estudios étnicos, sociología de la familia, estudios de género, sociología cultural, artes y humanidades, así como medios y comunicación. Es autora de varios artículos que examinan cómo las personas, las familias y las comunidades sopesan la información y elaboran estrategias para sus interacciones con el estado y los proveedores de servicios. Actualmente, está trabajando en un proyecto de investigación nacional titulado "Índice de cohesión nacional entre los malayos" relacionado con el análisis del individuo, la familia y la comunidad.

Orcid ID: <https://orcid.org/0000-0003-4296-5145>

Abdullah, N. H., Hassan, I., Tuan-Zaki, T. S. A., Fazil-Ahmad, M., Hassan, N. A., Mohd-Zahari, A. S., Ismail, M. M. y Azmi, N. J.
Estudio de los factores que afectan el comportamiento de búsqueda de información política a través de las Redes Sociales entre jóvenes en Malasia

Google Scholar: <https://scholar.google.com/citations?hl=en&user=LdHuCyUAAAAJ>

Researchgate: <https://www.researchgate.net/profile/Nor-Azlili-Hassan>

Publons: <https://publons.com/researcher/4295129/nor-azlili-binti-hassan/>

Ahmad Suffian Mohd Zahari

Profesor en el Departamento de Administración y Tecnología, Facultad de Negocios y Administración, Universidad Teknologi MARA (UiTM), Campus de Terengganu, Malasia. Publicó varios trabajos de investigación en revistas de alto impacto y asistió a varios congresos locales e internacionales. Sus áreas de interés de investigación incluyen la gestión, la gestión del conocimiento, la gestión del conocimiento del cliente y la gestión de la información.

Orcid ID: <http://orcid.org/0000-0003-3382-5984>

Google Scholar: <https://scholar.google.com/citations?user=h8QsneoAAAAJ&hl=en>

Researchgate: <https://www.researchgate.net/profile/Ahmad-Mohd-Zahari>

Publons: <https://publons.com/researcher/4905362/ahmad-suffian-mohd-zahari/>

Mohd Mahadee Ismail

Profesor Asociado y Jefe del Departamento de Estudios de Gobierno y Civilizaciones, Facultad de Ecología Humana, Universidad Putra Malasia (UPM), Selangor, Malasia. Participa activamente en la producción de libros, revistas y módulos. Participa en diversas formas de investigación y consultas. Sus libros incluyen "política, etnicidad y civilización: dinámica de la sociedad" e "intensidad de habilidades cívicas: una comparación de ex alumnos y no alumnos del programa de capacitación del servicio nacional" publicados en 2019 y 2015, respectivamente.

Orcid ID: <http://orcid.org/0000-0002-4888-5886>

Google Scholar: <https://scholar.google.com/citations?hl=en&user=N1gELUsAAAAJ>

ResearchGate: <https://www.researchgate.net/profile/Mohd-Mahadee-Ismail>

Nor Jijidiana Azmi

Profesora Colaboradora de Comunicación en la Facultad de Idiomas y Comunicación, Universidad Sultan Zainal Abidin (UniSZA), Terengganu, Malasia. Sus intereses de investigación incluyen los medios y el entretenimiento para niños, la publicidad y la creación de marcas. Es autora de varios artículos que examinan la representación del género en los medios de entretenimiento y la publicidad para niños. Actualmente, está trabajando en un proyecto de investigación titulado "Un estudio de los roles de género en las películas infantiles contemporáneas" relacionado con el análisis de cómo los niños perciben los roles de género a partir del entretenimiento.

Orcid ID: <https://orcid.org/0000-0001-7922-7993>

Google Scholar: <https://scholar.google.com/citations?hl=en&user=LdHuCyUAAAAJ>