

PILIHAN RAYA UMUM

Satu Perspektif Komunikasi Politik

**SYED ARABI IDID
SAFAR HASIM**

Dewan Bahasa dan Pustaka
Kementerian Pendidikan Malaysia
Kuala Lumpur
1993

KK 380-6451 4101

Cetakan Pertama 1993

© Syed Arabi Idid

Safar Hasim 1993

Hak cipta terpelihara. Tidak dibenarkan mengeluar ulang mana-mana bahagian artikel, ilustrasi, dan isi kandungan buku ini dalam apa juga bentuk dan dengan cara apa jua sama ada secara elektronik, fotokopi, mekanik, rakaman, atau cara lain sebelum mendapat izin bertulis daripada Ketua Pengarah, Dewan Bahasa dan Pustaka, Peti Surat 10803, 50926 Kuala Lumpur, Malaysia. Perundingan tertakluk kepada perkiraan royalti atau honorarium.

APB 726324

Perpustakaan Negara Malaysia Data Pengkatalogan-dalam-Penerbitan

Syed Arabi Idid, 1944-

Pilihan raya umum : satu perspektif komunikasi politik / Syed Arabi Idid, Safar Hasim.

Bibliografi: hlm. 99 – 102

ISBN 983-62-3697-X

I. Electioneering--Malaysia. 2. Communication in politics--Malaysia. 3. Mass media--Political aspects--Malaysia. 4. Malaysia. I. Safar Hasim.

II. Judul

324.9595054

Diatur Huruf oleh Dewan Bahasa dan Pustaka

Muka Taip Teks: Times Roman

Saiz Taip Teks: 10/12 poin

M

726324 1995/3/4

3/4

Dicetak oleh
Percetakan Dewan Bahasa dan Pustaka
Lot 1037, Mukim Perindustrian PKNS
Ampang/Hulu Kelang
Selangor Darul Ehsan
RM10.00

NASKHAH PEMELIHARAAN
PERPUSTAKAAN NEGARA MALAYSIA

KANDUNGAN

PENDAHULUAN.....	vii
PENGHARGAAN.....	xiii
BAHAGIAN SATU: PANDANGAN KESELURUHAN	1
Bab 1 Pertalian Institusi Politik dan Media	3
2 Latar Belakang Pilihan Raya	27
BAHAGIAN DUA: KAJIAN ANALISIS ISI KANDUNGAN	35
Bab 3 Liputan Akhbar tentang Pilihan Raya	37
4 Kajian Imej Seorang Pemimpin	62
BAHAGIAN TIGA: KAJIAN TINJAUAN	73
Bab 5 Iklan Karikatur dan Pengundi	75
6 Penggunaan Maklumat Politik Semasa Pilihan Raya	85

PILIHAN RAYA UMUM

BIBLIOGRAFI

99

INDEKS

103

PENDAHULUAN

Kajian ini secara khusus bertujuan meneliti pertalian antara pihak media massa dengan pihak politik berlandaskan pilihan raya yang diadakan pada tahun 1986. Dari satu perspektif kedua-dua pihak, iaitu pihak wartawan dan pihak ahli politik, berada dalam bidang penyampaian maklumat. Secara luas peranan ahli politik lebih merupakan seorang penyampai utusan, sementara wartawan pula memetik berita daripada sumber, iaitu penyampai utusan untuk dikemukakan kepada khalayak melalui saluran tertentu. Perspektif sebegini menampakkan peranan wartawan dan ahli politik sealiran iaitu sebagai penyampai utusan.

Perspektif kedua melihat wartawan dan ahli politik berada dalam keadaan konflik kerana peranan mereka dikatakan ber-canggah. Wartawan dikatakan sebagai mengawasi ahli-ahli politik, manakala ahli politik pula cuba mengawal wartawan supaya tidak mengancam objektif mereka untuk mencari dan memelihara kuasa. Wartawan dianggap sebagai menentukan ahli politik tidak terkeluar daripada amanah yang diberikan kepada mereka oleh masyarakat sementara ahli politik menafikan peranan wartawan sebagai mewakili ahli masyarakat.

Pertalian yang terdapat antara wartawan dan ahli politik adalah sesuatu yang menarik perhatian orang ramai. Ada satu pihak menganggap wartawan sebagai mewakili rakyat untuk membela sebarang tindakan dan program yang didatangkan oleh ahli-ahli politik. Ada pihak lain pula menganggap ahli politik sebagai pembela rakyat dan peranan akhbar sebagai membela rakyat adalah tidak tepat sekali.

Sesuai dengan tajuk yang diberikan, buku ini dapat meninjau

pertalian antara para wartawan dan ahli politik dari perspektif komunikasi politik. Dengan ini kita dapat melihat:

- (i) Institusi politik dengan aspek komunikasinya;
- (ii) Institusi media dengan aspek politiknya;
- (iii) Orientasi khalayak terhadap komunikasi dan politik; dan
- (iv) Aspek komunikasi yang berkaitan dengan kebudayaan politik

Institusi politik dengan institusi media massa mempunyai pertalian yang rapat. Setiap sistem politik mengawal sistem media, kerana media massa mempunyai khalayak yang kebetulannya mempunyai kuasa mengundi.

Pengundi juga memerlukan maklumat tetapi maklumat itu harus berkaitan, tepat dan mudah diperolehi. Maklumat yang diperolehi itu harus pula melalui saluran yang sahib untuk diperdayai. Media massa memberikan khalayak serta merupakan satu punca yang membawa maklumat yang berhubungan dan sahih.

Justeru itu, kita dapat mengkaji pertalian antara institusi media massa dengan institusi politik melalui dua dimensi, iaitu (a) Darjah kawalan media massa dan (b) Kecenderungan media massa.

Dari sudut proses komunikasi, kajian ini melihat perkara-perkara yang berikut.

- (a) Sumber: iaitu ahli politik sebagai sumber berita. Soalan yang dapat dikaji adalah berkenaan kesahihan penerimaannya dan ideologinya;
- (b) Saluran dan Utusan: Perkara yang diminati ialah utusan ahli politik dan juga imej yang ditonjolkan dalam media massa;
- (c) Khalayak: Yang menjadi tumpuan adalah bagaimana khalayak mencari dan menerima maklumat politik, dengan tujuan membuat keputusan semasa mengundi.

Setiap proses komunikasi ini, melibatkan kaedah penyelidikan yang berlainan. Misalnya, kajian terhadap khalayak biasanya menggunakan kaedah tinjauan (*survey*) sementara kajian terhadap utusan lebih menggunakan kaedah analisis isi kandungan. Selain itu perkara lain juga memberikan minat kepada para pengkaji. Dalam arena komunikasi politik, salah satu daripadanya adalah cara-cara menjalankan kempen.

Kempen politik mempunyai berbagai-bagai tujuan, antaranya ialah:

- (a) Kajian terhadap kempen politik bertujuan mengetahui kesan utusan daripada calon politik terhadap khalayak sebagai pengundi. Bagi calon-calon, tujuan mereka menggunakan media adalah untuk menyampaikan utusan mereka supaya mereka dapat mempengaruhi pengundi membuang undi bagi diri mereka.
- (b) Satu kempen melibatkan khalayak yang luas. Konsep khalayak luas bermakna bahawa perjumpaan antara mereka yang melakukan kempen dengan mereka sebagai sasaran tidak semestinya dilakukan tanpa penglibatan media massa. Ini tidak menafikan penggunaan kempen secara lisan, tetapi dalam kempen politik media massa merupakan sebahagian daripada penyertaan yang integral.
- (c) Kempen melibatkan satu program yang diaturkan oleh organisasi tertentu. Ada kempen yang teratur serta menerusi sasaran dan ada pula yang tidak kemas. Adalah jelas bahawa kempen tidak dapat diasingkan daripada diaturkan dan dilaksanakan melalui satu institusi atau organisasi.
- (d) Satu kempen politik melibatkan satu jangka masa tertentu. Kempen politik bermula dari satu tarikh pilihan raya akan diadakan sehingga pilihan raya itu dilaksanakan.

Daripada berbagai-bagai kajian dalam bidang komunikasi politik, satu ciri yang ternyata adalah tentang khalayak. Dalam suasana yang dinamik dan “bergelora”, ahli politik melakukan kempen bagi memancing undi, sama ada pengundi itu pasif atau aktif tidak timbul.

Kajian mengenai pertalian antara institusi media massa dan institusi politik mengambil dua paradigma.

Paradigma pertama, menganggap institusi media sebagai terikat kepada institusi berkuasa yang lain, seperti institusi politik. Media diterima dari masa ke semasa sebagai ‘saksi’ untuk memberikan pandangan apabila diperlukan. Tugasnya adalah untuk memperkuatkan ideologi pihak berkuasa. Paradigma ini kerap kali dikenali sebagai paradigma kerjasama atau ketundukan.

Paradigma kedua, mengandai media massa sebagai satu institusi bersendirian, memiliki kuasa seperti institusi lain. Di bawah paradigma kedua ini, institusi media dapat menentukan pertalian dengan institusi lain dalam masyarakat berdasarkan kepada kuasa dan kekuatan yang ada padanya. Paradigma ini juga dianggap berada dalam model konflik atau perseteruan.

Pendekatan kaedah iaitu tinjauan (*survey*), temu bual dan analisis isi kandungan telah digunakan. Kajian terhadap liputan berita menggunakan kaedah analisis isi kandungan sementara kajian tentang tanggapan atau pandangan orang ramai terhadap pemimpin atau pemilihan bahan maklumat politik dilakukan melalui kaedah tinjauan. Kesemua pendekatan yang digunakan dalam kajian ini diambil daripada teori komunikasi atau komunikasi massa.

Pilihan raya merupakan satu waktu yang sibuk bagi ahli-ahli politik dan para wartawan. Ahli-ahli politik terpaksa mengatur kempen yang berkesan untuk mendapatkan sokongan daripada pengundi, serta menangkis apa-apa tuduhan yang dilemparkan oleh pihak lawan. Mereka harus menemui pengundi seramai mungkin. Wartawan juga sibuk kerana ingin membuat liputan terhadap ahli-ahli politik serta juga melaporkan berita yang lain.

Perspektif dan penilaian terhadap pemberitaan didapati berbeza antara para wartawan dan ahli politik. Bagi wartawan, konsentrasi mereka adalah sama ada ada satu kejadian itu dapat diterima sebagai bahan untuk dijadikan berita. Bagi ahli politik, pada waktu pilihan raya, semua ucapan pemimpin politik atau aktiviti parti boleh dijadikan bahan berita. Apabila wartawan memilih sesuatu kejadian untuk dijadikan berita, tujuannya dilihat sebagai satu per cubaan untuk memihak kepada pihak yang lain.

Media massa di Malaysia lebih menonjolkan berita untuk mencetuskan perbincangan di kalangan khalayak. Dengan itu pendekatan penentuan agenda lebih dapat diterima di sini. Parti PAS misalnya mendapat sukar membala apabila isu "parti Allah" telah ditonjolkan oleh akhbar dan kemudian menjadi buah perbualan orang ramai.

Sementara itu juga beberapa kejadian yang boleh dijadikan berita tidak pula disiarkan dalam media massa. Bagi pihak pembangkang isu yang negatif bagi parti pemerintah tidak ditonjolkan begitu hebat sebaliknya isu yang "menderakan" imej parti diberikan liputan yang besar.

Bagi parti pembangkang, pertalian antara media massa dengan

ahli politik kerajaan boleh dianggap sebagai berada dalam model kerjasama. Bagi mereka pertalian parti pembangkang dengan institusi media massa adalah dalam model konflik. Apa yang hendak diberikan oleh parti pembangkang tidak banyak menerima sambutan para wartawan.

Secara khususnya, kajian ini melihat kepada pertalian institusi politik dan media, mengkaji liputan terhadap pilihan raya tersebut oleh akhbar tempatan, imej Timbalan Perdana Menteri, Encik Abdul Ghafar Baba juga dikaji berdasarkan liputan dalam *Berita Harian* dan *The Star*. Sesuatu yang menarik dalam Pilihan Raya Umum 1986 ialah buat pertama kalinya iklan karikatur digunakan dengan meluas. Oleh itu kajian juga dibuat terhadap kaedah penyampaian maklumat melalui satu kajian tinjauan di Kawasan Sungai Ujung, Negeri Sembilan. Pencarian maklumat politik juga dikaji melalui satu kajian penggunaan media semasa pilihan raya di Kajang, Selangor.

Kami mengucapkan terima kasih kepada Y.B. Dato' Yusof Nor, Menteri dalam Jabatan Perdana Menteri, Y.B. Tan Sri Mohd. Khir Johari, Pengurus Magnum Corporation, Y.B. Prof. Datuk Zainal Abidin Abdul Wahid, Jabatan Sejarah, Ustaz Nakhaie Ahmad, Timbalan Persuruhanjaya PAS, Ustaz Abdul Halim Arshat, Ketua Pemuda PAS dan Setiausaha PAS, Kedah, Ketua Pengarang dan wartawan *The New Straits Times*, *Utusan Melayu*, *Star*, *Nanyang Siang Pau*, BERNAMA, RTM dan TV3.

Kami juga merakamkan terima kasih kepada kakitangan akademik di Jabatan Komunikasi atas idea dan kritikan yang telah diberikan. Bagi kakitangan am Jabatan Komunikasi juga kami mengucapkan terima kasih atas pertolongan menaip, menyusun, dan menstensilkan soal selidik.

Akhir sekali kami mengucapkan penghargaan kepada pelajar Jabatan Komunikasi atas kerjasama yang diberikan.

SYED ARABI IDID
MOHD. SAFAR HASIM

PENGHARGAAN

Apabila kerajaan mengumumkan pembubaran parlimen dan serentak itu memaklumkan bahawa satu pilihan raya akan diadakan pada 2 dan 3 Ogos 1986, Jabatan Komunikasi menerima sebagaimana peluang melakukan satu kajian dalam komunikasi politik.

Di sini kami mengemukakan hasil kajian yang menggunakan dua kaedah iaitu analisis isi kandungan dan tinjauan (*survey*). Adalah menjadi harapan kami bahawa usaha seperti ini akan diteruskan pada masa akan datang guna untuk melihat apa-apa perubahan yang mungkin berlaku.

Untuk menyempurnakan penyelidikan ini kami mengucapkan terima kasih kepada beberapa orang perseorangan dan pihak tertentu atas kerjasama yang diberikan. Buku ini tidak mungkin dapat diterbitkan jika tidak mendapat kerjasama daripada beberapa pihak. Kami mengucapkan berbanyak-banyak terima kasih kepada Jawatankuasa Penyelidikan, Universiti Kebangsaan Malaysia yang telah memberikan bantuan yang membolehkan kami memperoleh sebahagian daripada hasil projek tersebut. Sebahagian daripada data mentah untuk Bab 3 adalah hasil kajian untuk latihan ilmiah Sdri. Robashah Ismail dan Sdri. Neoh Poh See. Bab 4, Bab 5 dan Bab 6 adalah berasaskan kepada kajian yang dilakukan masing-masing oleh Sdri Amy Chan, Sdr. Giam Tee Hoong dan Sdr. Jamshah Mustapha bagi memenuhi penulisan latihan ilmiah mereka.

SYED ARABI IDID
MOHD SAFAR HASIM
JANUARI 1993

BAHAGIAN SATU

PANDANGAN KESELURUHAN

BAB 1

PERTALIAN INSTITUSI POLITIK DAN MEDIA

TUJUAN

Kajian ini meninjau pertalian yang wujud antara institusi media massa dan institusi politik. Wartawan dan ahli politik mempunyai peranan mereka tersendiri tetapi dalam keadaan tertentu mereka berinteraksi dalam lingkungan komunikasi politik. Wartawan menyampaikan utusan politik melalui media massa dan ahli politik menggunakan media bagi menyempurnakan tujuan politik. Keadaan ini amat jelas kelihatan ketika pilihan raya berlaku.

Struktur sistem yang terdapat di dalam sebuah negara akan menentukan corak pertalian antara institusi politik dan media massa. Pada amnya kita tidak dapat menafikan pertalian yang sedia wujud antara wartawan dan ahli-ahli politik atau pada tahap yang lebih tinggi lagi, perkaitan antara institusi media dan institusi politik. Malahan media massa, sebagai satu institusi, mempunyai pertalian yang rapat dengan institusi lain seperti institusi ekonomi dan sosial. Media massa juga bergantung pada teknologi, pemasaran, bank, pengiklanan atau pertubuhan-pertubuhan lain untuk wujud dan berkembang. Tidak kurang pula ialah perkaitannya dengan institusi politik dan undang-undang. Di Malaysia misalnya, akhbar-akhbar swasta dimestikan memohon kebenaran bagi menerbitkan akhbar setiap tahun. Apabila akhbar dimiliki oleh ahli-ahli politik, maka pertalian itu akan menjadi rapat.

Kajian ini secara khusus bertujuan meneliti pertalian antara pihak media massa dengan pihak politik berlandaskan kepada perihal pilihan raya yang diadakan pada tahun 1986. Dari perspektif kedua-dua pihak, iaitu pihak wartawan dan ahli politik adalah ber-

ada dalam bidang penyampaian maklumat. Secara luas peranan ahli politik merupakan seorang penyampai utusan, dan wartawan memetik berita daripada sumber, iaitu penyampai utusan, untuk dikemukakan kepada khalayak melalui saluran tertentu. Perspektif sebegini menampakkan peranan wartawan dan ahli politik sesama aliran iaitu sebagai penyampai utusan.

Perspektif kedua melihat wartawan dan ahli politik berada dalam keadaan konflik kerana peran mereka dikatakan ber-canggah. Wartawan dikatakan sebagai mengawasi ahli-ahli politik dan ahli politik cuba mengawal wartawan supaya tidak mengancam objektif mereka untuk mencari dan memelihara kuasa. Wartawan dianggap sebagai menentukan ahli politik supaya tidak terkeluar daripada amanah yang diberikan kepada mereka oleh masyarakat sementara ahli politik menafikan peranan wartawan sebagai mewakili ahli masyarakat.

Pertalian antara wartawan dan ahli politik adalah sesuatu yang menarik perhatian orang ramai. Ada satu pihak menganggap wartawan sebagai mewakili rakyat untuk membela sebarang tindakan dan program yang diadakan oleh ahli-ahli politik. Ada pihak lain pulak menganggap ahli politik sebagai pembela rakyat dan mempertikaikan peranan akhbar sebagai pembela rakyat.

KOMUNIKASI POLITIK

Sesuai dengan tajuk yang diberikan, kita dapat meninjau pertalian antara para wartawan dan ahli politik dari perspektif komunikasi politik. Dengan ini kita dapat melihat:

- (i) Institusi politik dengan aspek komunikasinya;
- (ii) Institusi media dengan aspek politiknya;
- (iii) Orientasi khalayak terhadap komunikasi dan politik; dan
- (iv) Aspek komunikasi yang berkaitan dengan kebudayaan politik;

MEDIA MASSA

Takrif Media

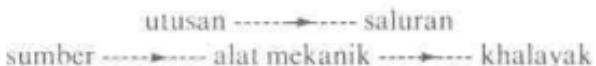
Pada tahun 1950-an media massa ditakrifkan sebagai akhbar, radio dan buku. Konsep media massa berubah dengan pengenalan teknologi baru. Apabila televisyen diperkenalkan maka alat elektronik

ini pula telah dianggapkan sebagai media massa.

Kita boleh mentakrifkan media massa (media jelata) berdasarkan dua pendekatan, iaitu, secara mekanikal dan definitif. Di bawah takrif pertama, kita dapat merangkumkan media massa sebagai radio, televisyen, akhbar dan majalah. Alat-alat elektronik yang terbaru seperti video dapat dimasukkan sebagai alat media massa.

Takrif kedua adalah bersifat konsepsual (*conceptual*) yang menekankan kepada perutusan yang disampaikan sekaligus daripada satu sumber kepada khalayak jelata. Di bawah takrif ini, perutusan itu akan datang daripada satu sumber (alat mekanik seperti radio, akhbar) kepada khalayak dengan serta-merta dan sekaligus.

Kita juga dapat merangkumkan kedua-dua takrif ini, dengan menyatakan takrif mekanikal ini sebagai takrif yang merupakan alat perantaraan sementara takrif konsepsual ini menumpukan kepada perutusan. Jadi, bagi kita, media massa ialah satu proses penyampaian utusan atau perutusan daripada sumber yang dibuat melalui alat perantaraan alat media seperti radio, akhbar. Ini membolehkan utusan tersebut disampaikan sekaligus dan cepat kepada khalayak, seperti berikut:



Apakah kaitan media massa dengan politik, jika kita takrifkan politik sebagai sebarang usaha untuk mencari kuasa dan pengaruh? Ahli-ahli politik (yang berjaya sahaja, mungkin) adalah yang terpengaruh (Lasswell, 1971). Bagi seseorang ahli politik, media merupakan satu alat bagi membolehkannya mencapai matlamat terakhir, iaitu pencapaian kuasa.

Media massa dikatakan memainkan lima peranan penting dalam masyarakat. Lasswell (1948) memberikan tiga peranan yang dimainkan oleh media massa iaitu sebagai pengawas persekitaran, penyelaras komponen dalam masyarakat, dan penurun warisan nilai atau kebudayaan. Wright (1975) telah menambahkan hiburan sebagai fungsi keempat, dan McQuail (1987) telah menyebutkan peranan kelima media massa sebagai penyebar kempen. Media massa juga memberikan status kepada sumber berita. Institusi media adalah menyebar maklumat, idea dan kebudayaan dan sete-

rusnya merupakan satu alat bagi seorang ahli masyarakat menghubungi ahli yang lain.

Satu ciri yang terdapat pada institusi media ialah penonton, pembaca atau pendengar yang mengikutinya secara sukarela. Khalayak akan terus menjadi penonton, pendengar, atau pembaca jika mereka mendapatkan sesuatu yang beraedad sama ada merupakan pengaruh hiburan, berita atau sukan yang disediakan oleh media.

Memang terjalin banyak persamaan antara institusi politik dan media, kerana nyata terdapat satu pertalian antara proses politik dengan proses komunikasi (Pye, 1963). Jika politik diiktirafkan sebagai satu usaha untuk mendapatkan kuasa atau memelihara kuasa, maklumat ini harus disampaikan dalam satu bentuk yang akan mendapat pengertian dan sambutan daripada khalayak. Jika politik juga memerlukan penglibatan khalayak, maka ahli-ahli masyarakat harus mencari ikhtiar untuk mendapatkan sokongan daripada pihak tertentu. Jika politik adalah tentang pemilihan, maka para pengundi harus diberitahu akan beberapa pemilihan yang ada pada mereka. Maklumat ini seharusnya disampaikan kepada pengundi dengan seluasnya untuk membolehkan mereka membuat pilihan dengan cara yang sesuai (Blumler & Gurevitch, 1975). Satu cara yang digunakan adalah melalui komunikasi.

Pertalian antara institusi politik dengan institusi media massa adalah rapat. Setiap sistem politik mengawal sistem media, kerana media massa mempunyai khalayak yang kebetulannya mempunyai kuasa mengundi. Pengundi juga memerlukan maklumat tetapi maklumat itu harus berkaitan, tepat dan mudah diperolehi. Maklumat yang didatangi itu harus pula melalui saluran yang sah untuk dipercayai. Media massa memberikan khalayak serta merupakan satu punca yang membawa maklumat yang berkaitan dan sahiih.

Justeru itu, kita dapat mengkaji pertalian antara institusi media massa dengan institusi politik melalui dua dimensi, iaitu (a) darjah kawalan media massa, dan (b) kecenderungan media massa.

(a) Darjah Kawalan

Kawalan kerajaan boleh dilakukan melalui beberapa cara. Nixon (1968) menunjukkan bahawa setiap negara mempunyai sistem media massa yang berhadapan dengan berbagai-bagai kawalan. Ada kawalan yang dilakukan melalui undang-undang, polis peri-

sik, dan juga kuasa luar daripada undang-undang.

Di Malaysia, Mohd. Hamdan Adnan (1987) mendapati 42 jenis undang-undang dan peraturan yang sedikit sebanyak mempengaruhi perjalanan akhbar. Walau bagaimanapun Seksyen 10 Perlembagaan Malaysia membenarkan kebebasan bersuara kepada setiap warganegara Malaysia. Bagaimanapun ini tertakluk kepada undang-undang yang sedia ada yang menjaga keselamatan negara.

Undang-undang yang ada kaitan secara terus dengan media massa ialah Akta Percetakan dan Penerbitan 1984 yang memerlukan pemilik media massa membaharui permohonan mendapatkan lesen setiap tahun. Akta ini juga menganggapkan satu laporan berita yang "*malicious*" sebagai satu kesalahan. Akta-akta lain yang ada kaitan dengan perjalanan media ialah Akta Hak Cipta 1987, dan Akta Hasutan 1987.

Dalam membuat satu kajian perbandingan antarabangsa tentang sistem akhbar dan politik, Blumler dan Gurevitch (1975) berkata komunikasi akan dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti:

- (a) Kebenaran daripada sistem yang sedia ada bagi kewujudan parti politik.
- (b) Keadaan yang hanya membenarkan tokoh-tokoh politik tertentu terutamanya daripada parti pemerintah, menyampaikan fikiran mereka.
- (c) Tidak banyak berita daripada tokoh pembangkang dibenarkan.

Dalam keadaan media massa dikawal secara rapi, beberapa kesan boleh kelihatan.

- (a) Ia menentukan agar hanya individu tertentu yang mempunyai fikiran sesuai dengan fikiran tokoh memerintah sahaja diberikan kesempatan. Parti memerintah "melantik" mereka yang sesuai untuk memegang jawatan penting dalam organisasi media. Dengan cara sedemikian parti memerintah tidak lagi perlu mengambil tindakan daripada luar supaya berita yang disiarkan itu tidak terkeluar daripada landasan norma yang mereka suka.
- (b) Dalam kawalan yang ekstrem, kesetiaan terhadap parti politik pemerintah diutamakan. Kesemua wartawan dan pentadbir wartawan ditapis terlebih dahulu sebelum

diberi jawatan. Ini jelas kelihatan di Negara China tempat setiap wartawan adalah kader (*cadre*) parti komunis. Dengan itu setiap penulisan berita adalah bersesuaian dengan ideologi parti.

Ada pula negara yang mengenakan lesen bagi wartawan-wartawan yang sedia berkhidmat dengan akhbar.

(b) Darjah Kecenderungan Media Massa

Dalam dimensi kedua ini bukan kawalan kerajaan yang disentuh. Sebaliknya dimensi komunikasi politik adalah sejauh mana media massa cenderung kepada sesuatu parti politik. Kecenderungan sesebuah akhbar disebabkan beberapa dorongan. Ini termasuk apa-apa jua pertalian dengan mana-mana parti politik. Sesebuah akhbar boleh dicermin atau diukur melalui dasar editorial dan kelantangan penulisan editorial.

Darjah yang paling tinggi adalah apabila terdapat parti politik terlibat secara terus dengan pentadbiran organisasi media kerana mereka memiliki saham di dalamnya. Misalnya, bagi kecenderungan seperti ini terdapat di Scandinavia, iaitu akhbar adalah kepunyaan parti. Di Holland pula, program televisyen dan radio adalah menjadi tanggungjawab parti politik. Di United Kingdom, akhbar seperti *Daily Telegraph* memberikan sokongan kepada Parti Konservatif sementara di Amerika Syarikat, *The Chicago Tribune* menyokong Parti Republican.

KAJIAN KINI

Dalam kajian komunikasi politik, tentu sekali para pengkaji akan tertarik dengan berbagai-bagai soalan. Kalau dibahagikan minat kajian mengikut proses komunikasi, para pengkaji dapat menetapkan kajian ke atas beberapa komponen, seperti berikut:

- Sumber: Ahli politik sebagai sumber berita. Soalan yang dapat dikaji adalah berkenaan kesahihan penerimaannya dan ideologinya.
- Saluran dan Utusan: Perkara yang diminati ialah utusan ahli politik dan juga imej yang ditonjolkan dalam media massa.
- Khalayak: Yang menjadi tumpuan adalah bagaimana

khalayak mencari dan menerima maklumat politik, dengan tujuan membuat keputusan semasa mengundi.

Setiap proses komunikasi ini melibatkan kaedah penyelidikan yang berlainan. Misalnya kajian terhadap khalayak biasanya menggunakan kaedah tinjauan (*survey*), sementara kajian terhadap utusan lebih menggunakan kaedah analisis isi kandungan.

Selain itu perkara lain juga memberikan minat para pengkaji dalam arena komunikasi politik. Satu daripadanya ialah cara-cara menjalankan kempen.

Kempen politik mempunyai berbagai-bagai pengertian tetapi pada pokoknya kempen melibatkan tujuan dan proses penyampaian utusan (Rogers dan Storey, 1987).

Kempen politik mempunyai berbagai-bagai tujuan, antaranya ialah:

- (a) Kajian terhadap kempen politik bertujuan mengetahui kesan utusan daripada calon politik ke atas khalayak sebagai pengundi. Bagi calon-calon, tujuan mereka menggunakan media adalah untuk menyampaikan utusan mereka supaya mereka dapat mempengaruhi pengundi membuang undi untuk diri mereka.
- (b) Satu kempen melibatkan khalayak yang luas. Konsep khalayak luas bermakna bahawa perjumpaan antara mereka yang melakukan kempen dengan golongan sasaran tidak semestinya dilakukan tanpa penglibatan media massa. Ini tidak menafikan penggunaan kempen secara lisan, tetapi dalam kempen politik media massa merupakan sebahagian daripada penyertaan yang *integral*.
- (c) Kempen melibatkan satu program yang diatur oleh organisasi tertentu. Ada kempen yang teratur yang menepati sasaran dan ada pula kempen yang tidak kemas. Adalah jelas bahawa kempen tidak dapat diasingkan daripada diaturkan dan dilaksanakan melalui satu institusi atau organisasi.
- (d) Satu kempen politik melibatkan satu jangka masa tertentu. Kempen politik bermula dari satu tarikh pilihan raya akan diadakan sehingga pilihan raya itu dilaksanakan.

Daripada berbagai-bagai kajian dalam bidang komunikasi politik, satu ciri yang ternyata adalah tentang khalayak. Dalam suasana yang dinamik dan "bergelora" tempat ahli politik melakukan kempen bagi memancing undi, soal sama ada pengundi itu pasif atau aktif tidak timbul. Apa yang dapat kita katakan ialah mereka itu merupakan khalayak yang terpikat kepada komunikasi yang dibawa oleh ahli politik dalam suasana tersebut (Jackson, Beeck dan Kraus, 1980).

Khalayak terikat bermakna mereka terikat dengan media massa untuk mendapatkan maklumat dan berita. Mereka ini merupakan sebahagian daripada "pelakon" yang terdapat dalam arena komunikasi politik, iaitu ahli-ahli politik, wartawan dan pentadbir wartawan.

Pelakon-pelakon ini tidak seharusnya dilihat secara bersing- an kerana mereka berinteraksi sesama sendiri. Para wartawan misalnya menerima berita mereka daripada ahli politik tetapi pemilihan, penerimaan dan penonjolan berita adalah terletak kepada pentadbir wartawan.

Ahli politik pula akan mendapatkan kerjasama daripada para wartawan supaya berita mereka memenuhi ruang dalam media massa. Taraf seorang ahli politik itu mempunyai perkiraan apabila kejadian yang melibatkannya itu dianggap sesuai dijadikan berita atau berita tersebut hendak ditonjolkan.

Bagi pelakon pula apa yang amat penting ialah khalayak. Bagi wartawan, dan pentadbir wartawan khalayak bererti mereka yang akan membeli dan membaca akhbar. Bagi akhbar apa yang diperlukan daripada khalayak adalah simpati atau sokongan apabila mereka membuat perhitungan ketika membuang undi bagi dirinya atau rakan-rakannya dalam parti.

Sebahagian besarnya kajian tentang komunikasi politik meliputi kajian terhadap kesan dan penerimaan utusan diikuti dengan kajian ke atas utusan dan pengirim (Jackson, Beeck dan Kraus, 1980). Dari segi kaedah yang digunakan, pendekatan analisis isi kandungan adalah yang paling popular, diikuti dengan tinjauan (*survey*), latartinjau (*review*), ujikaji dan panel.

PEMILIKAN MEDIA MASSA DI MALAYSIA

Pada amnya, syarikat akhbar adalah badan perniagaan yang bertujuan untuk mencari keuntungan. Namun bukan semua akhbar

diwujudkan untuk tujuan itu semata-mata. Berdasarkan pemilikan, akhbar di negara ini boleh dicirikan seperti berikut: akhbar harian (umum) yang sebahagian besar sahamnya dimiliki oleh parti politik atau para pemimpin dan ahli parti politik, akhbar yang sebahagian sahamnya dimiliki oleh syarikat milik negara, akhbar yang dimiliki oleh ahli-ahli perniagaan dan akhbar milik parti politik.

Hampir kesemua akhbar besar di negara ini ada hubungan erat dengan parti politik pemerintah atau syarikat milik negara. Kumpulan akhbar syarikat *The New Straits Times*, walaupun sahamnya diniagakan dalam pasaran saham Kuala Lumpur, tetapi saham majoriti dipegang oleh Syarikat Fleet yang mempunyai hubungan rapat dengan UMNO. Syarikat ini juga memiliki akhbar *Berita Harian*, *Business Times*, *The Malay Mail*, *Shin Min Daily News*, TV3, dan Briteks, serta beberapa buah majalah. Ringkasnya, syarikat ini ialah sebuah konglomerat media cetak dan elektronik di negara ini.

Selain itu, sebuah lagi kumpulan akhbar yang besar ialah Syarikat Utusan Melayu (M) Berhad, sebuah lagi syarikat yang rapat hubungannya dengan UMNO. Para pengarah syarikat ini ialah pemimpin pertengahan UMNO. Syarikat ini menerbitkan *Utusan Malaysia*, *Utusan Melayu*, dan beberapa majalah.

Sebuah akhbar Inggeris yang menjadi saingan kepada akhbar *New Straits Times*, ialah *The Star*. Sebahagian besar saham akhbar ini dimiliki oleh sebuah syarikat milik Multi-purpose Holding Berhad (MPHB), yang dimiliki oleh ahli-ahli MCA. Sebahagian kecil sahamnya dipegang oleh Bumiputera. Syarikat ini mempunyai sebuah penerbitan 'saudara' dalam bahasa Mandarin iaitu *Tong Bao*.

Sebuah akhbar berbahasa Mandarin ialah *Nanyang Siang Pau*, iaitu sebuah akhbar terbesar berbahasa Mandarin. 30% sahamnya dimiliki oleh Pernas, sebuah syarikat milik negara. Saham 30% ini adalah untuk memenuhi matlamat Dasar Ekonomi Baru. Apabila akhbar ini hendak disenaraikan di Bursa Saham Kuala Lumpur, Pernas menjual sebahagian daripada saham miliknya kepada awam dan kemudian menjual bakinya.

Selain itu saham akhbar *China Press* dimiliki sebahagian besarnya oleh keluarga Tun H.S.Lee yang pada suatu ketika dulu seorang pemimpin MCA, dan Menteri Kewangan Malaya. Anaknya Datuk Alex Lee, pemimpin parti Gerakan dan juga Timbalan Menteri.

Akhbar-akhtar Tamil di negara ini, iaitu *Tamil Nesan*, *Tamil Osai* dan *Thinamani*, diketahui mempunyai hubungan erat dengan beberapa tokoh parti politik tertinggi MIC.

Selain yang disebut, ada beberapa buah akhbar berkala (bulanan biasanya) yang diterbitkan oleh parti-parti politik di negara ini. Akhbar *Harakah* diterbitkan oleh PAS, akhbar *The Rocket* oleh DAP, *Mimber Sosialis* oleh PSRM, dan *Merdeka* (mendiang) oleh UMNO.

Di Sabah dan Sarawak, akhbar-akhtar juga dimiliki oleh mereka yang ada kaitan dengan parti politik. Jika akhbar-akhtar tersebut tidak ditubuh oleh parti politik, tetapi ia akan dibeli apabila parti itu memerintah. Misalnya akhbar *Daily Express*, yang dulunya ditubuhkan oleh Berjaya, kini dimiliki oleh Kepentingan yang rapat dengan parti PBS. Sebaliknya akhbar *Sabah Times*, yang suatu ketika dulu dimiliki oleh Kepentingan yang rapat dengan parti USNO, kini dimiliki oleh Kepentingan yang rapat dengan parti Berjaya. Di Sarawak pula, akhbar *People's Mirror* dikatakan dimiliki oleh pihak-pihak yang rapat dengan pemimpin politik negeri, manakala *Sarawak Tribune* dimiliki oleh kumpulan yang tidak rapat dengan pihak pemerintah di sana.

Selain itu beberapa buah akhbar lain bolehlah dianggap sebagai akhbar perniagaan, atau mungkin kandungannya serta pemilikannya tidak jelas menunjukkan ia memihak kepada parti-parti tertentu. Sekurang-kurangnya ada dua kumpulan akhbar jenis ini yang sedang berkembang pesat. Satu daripadanya ialah Karangkraf, yang memilik akhbar *Watan*. Kumpulan ini juga menerbitkan akhbar *Bacaria*, dan beberapa majalah. Yang kedua ialah Emir Enterprise yang menerbitkan *Mingguan Kota*, *Mingguan Wanita* dan beberapa buah majalah. Emir Enterprise pernah menerbitkan akhbar *Harian Nasional*, tetapi akhbar ini bertahan selama beberapa bulan saja.

Paradigma

Kajian mengenai pertalian antara institusi media massa dan institusi politik mengambil dua paradigma. Paradigma pertama menganggapkan institusi media sebagai tertakluk kepada institusi berkuasa yang lain, seperti institusi politik. Media diterima dari masa ke semasa sebagai 'saksi' untuk memberikan pandangan apabila diperlukan. Tugasnya adalah untuk memperkuatkan ideologi

pihak berkuasa. Paradigma ini kerap kali dikenali sebagai paradigma kerjasama atau ketundukan (*subservient*).

Paradigma kedua mengandaikan media massa sebagai satu institusi bersendirian, memiliki kuasa seperti institusi lain. Di bawah paradigma kedua ini, institusi media dapat menentukan pertalian dengan institusi lain dalam masyarakat berdasarkan kepada kuasa dan kekuatan yang ada padanya. Ia dianggapkan berada dalam model konflik atau perseteruan.

Model Konflik

Pandangan ini lebih berpunca dari perspektif ideologi yang memisahkan peranan para wartawan daripada ahli politik. Premisnya ialah wartawan berfungsi mengawasi peranan ahli politik supaya kuasa yang ada padanya (politik) tidak akan disalahgunakan. Wartawan adalah dikehendaki sentiasa menentukan supaya apa-apa penyelewengan kuasa atau rasuah diselidiki dan dilaporkan untuk pengetahuan umum. Dengan itu ahli masyarakat dapat menolak sebarang penyalahgunaan yang dilakukan oleh ahli politik.

Model ini lebih mendekati pemikiran para wartawan yang mengandaikan kuasa ada pada mereka. Ia lebih mencerminkan kuasa akhbar yang bertujuan memastikan tidak ada penyalahgunaan kuasa oleh ahli-ahli politik.

Model ini mengambil ilham daripada teori demokratik-liberal yang menganggapkan pemilik kuasa cenderung menyalahgunakan kuasa mereka. Justeru itu mereka harus diawasi supaya mereka tidak melangkah batasan kuasa yang diberikan kepada mereka. Oleh itu media massa diberikan tugas sebagai penjaga kuasa yang sentiasa mencari dalil tentang sebarang penyalahgunaan kuasa.

Teori demokratik-liberal ini menganggap matlamat yang ada pada pemerintah dan diperintah amat berbeza. Untuk mencapai matlamat, mereka yang diperintah perlu mendapatkan sumber maklumat yang dapat memberitahukan mereka apa yang sedang berlaku dalam masyarakat. Peranan media massa adalah sebagai penjaga persekitaran yang akan mentafsirkan kejadian yang berlaku dan tidak pula menerima sahaja apa yang diberi oleh pihak berkuasa.

Model konflik yang menggambarkan fungsi antara media dan ahli politik merupakan satu model yang popular apabila terdapat

persengketaan antara seorang pegawai tinggi kerajaan dan media massa. Para sarjana telah memberi contoh keadaan media semasa pemerintahan Nixon, institusi media sentiasa mencungkil rahsia dan berada dalam sifat perseteruan.

Walau bagaimanapun, berbagai-bagai kelemahan jelas kelihatan dalam model konflik ini. Pertama, pendekatan model ini terlalu sempit. Model ini tidak memberitahu secara prinsip cara mendapatkan maklumat daripada sumber pihak berkuasa dan kesulitan pemerintah dalam menyimpan rahsia.

Kedua, model ini tidak menggariskan pertalian yang terdapat antara wartawan dan ahli politik. Ia tidak memberitahu bagaimana sememangnya terdapat banyak interaksi antara wartawan dan ahli politik. Adalah tidak benar bahawa hanya terdapat konflik sahaja antara kedua pihak itu.

Ketiga, jika kedua-dua pihak – wartawan dan ahli politik bermusuhan ini akan menghalang sama sekali penerbitan berita dalam media massa. Ahli-ahli politik yang bermusuhan dengan wartawan enggan bercakap dan ini akan mengurangkan maklumat daripada disiarkan.

Model Kerjasama

Model ini menyatakan terdapat kerjasama antara wartawan dan ahli politik kerana kedua-dua pihak memerlukan kerjasama pihak kedua. Wartawan berkehendakkan ahli politik sebagai punca maklumat dan ahli politik memerlukan wartawan untuk menyiarkan berita tentang aktiviti mereka. Selagi kedua-dua pihak memerlukan kerjasama pihak yang lain, maka model ini amat berguna menggambarkan pertalian antara wartawan dan ahli politik.

Model ini menyatakan kedua-dua pihak adalah bebas daripada tekanan pihak yang lain. Mereka akan bekerjasama kerana keadaan memaksakan demikian. Kerjasama yang wujud ini menguntungkan kedua-dua belah pihak. Misalnya, jika konflik timbul, satu pihak memikirkan kerjasamanya dapat ditarik buat sementara waktu.

Model ini juga mempunyai kelebihannya. Pertama, model ini tidak menyatakan norma yang menentukan tingkah laku individu yang mendapatkan berita (wartawan) atau individu yang memberikan berita (ahli politik). Kedua, model ini tidak menggambarkan keadaan apabila ahli politik dan wartawan bersengketa. Ada kala-

nya satu berita itu tidak menguntungkan ahli politik apabila disiar-kan dalam akhbar.

KAEDAH KAJIAN

Pendekatan kaedah iaitu tinjauan (*survey*), temu bual dan analisis isi kandungan telah digunakan. Kajian terhadap liputan berita akan menggunakan kaedah analisis isi kandungan sementara kajian tentang tanggapan atau pandangan orang ramai terhadap pemimpin atau pemilihan bahan maklumat politik akan dilakukan melalui kaedah tinjauan.

Kesemua pendekatan yang digunakan dalam kajian ini diam-bil daripada teori komunikasi atau komunikasi massa. Pada anggapan kami, komunikasi politik seperti komunikasi pem-bangunan seharusnya dianggap sebagai sebahagian daripada bi-dang komunikasi. Apa-apa jua penemuan yang diperolehi dalam komunikasi atau komunikasi massa seharusnya berguna diapli-kasikan dalam bidang komunikasi politik. Sebaliknya pula apa-apa jua penemuan baru yang diperolehi oleh sarjana ketika melakukan kajian dalam bidang komunikasi politik harus digunakan juga dalam komunikasi massa.

Dalam komunikasi massa, kaedah adalah berkait rapat de-nan tahap proses komunikasi. Kadang kala perkara ini menjadi kekuatan dan kelemahan bagi disiplin komunikasi sendiri. Kaedah dengan tahap dapat membawa satu fokus akan satu tahap proses komunikasi, tetapi sebaliknya ia tidak pula membawa pada keselu-ruhannya komunikasi sebagai satu proses untuk menerangkan sesuatu.

Kaedah tinjauan, misalnya, menyatakan fokusnya terhadap khalayak, dan sekali-sekala terhadap pengirim utusan. Kajian ten-tang sikap atau pendapat khalayak terhadap sesuatu isu akan men-dorongkan pengkaji menggunakan kaedah tinjauan daripada menggunakan kaedah yang lain.

Bagi kajian terhadap utusan sama ada utusan daripada akhbar atau media elektronik kaedah yang digunakan adalah analisis isi kandungan. Ukuran pendekatan ini berbeza mengikut alat media yang digunakan. Bagi akhbar, maka ukurannya adalah hitungan inci atau sentimeter, atau item berita, tetapi bagi media elektronik, masa menjadi kegemaran. Ini tidak menafikan juga perukuran lain seperti skor Budd digunakan.

Sesuai dengan minat kajian ini, aspek-aspek tertentu sahaja disentuh. Ini menampakkan kepelbagaiannya pendekatan, minat serta pengakuan bahawa bidang komunikasi politik sendiri ialah satu skop yang luas.

Kajian ini akan membuat penelitian terhadap liputan berita yang dibuat oleh akhbar. Kaedah yang digunakan adalah analisis isi kandungan. Kaedah yang sama juga digunakan apabila mengkaji imej pemimpin dalam akhbar. Imej yang ditonjolkan oleh akhbar yang dikaji ialah imej Encik Abdul Ghafar Baba.

Kempen menggunakan kartun dalam akhbar juga disentuh dalam kajian ini. Tujuannya adalah untuk mengetahui kesan menggunakan kartun dalam kempen politik. Kajian yang terakhir menunjukkan bagaimana khalayak mencari dan menggunakan berita politik. Kajian tentang kesan iklan kartun politik dan pencarian maklumat menggunakan kaedah tinjauan (*survey*).

PENENTUAN DAN PENGALIRAN BERITA

Kekuatan sesuatu organisasi adalah bergantung, antara lain kesanggupannya menyampaikan berita yang bernilai tinggi. Ini diertikan berita yang berkaitan, yang dapat menarik minat pembaca dan disampaikan dengan cepat, dan betul.

Untuk mendapatkan berita yang bernilai tinggi, organisasi berita itu harus mempunyai kekuatan dan kemampuan dari segi tenaga dan modal. Tidak semua organisasi media mempunyai tenaga dan kemudahan untuk menyampaikan semua berita yang berlaku dalam masyarakat. Media terpaksa memilih. Pemilihan kejadian untuk menjadikan bahan berita tentu sekali dilakukan terhadap kriteria tertentu. Ada organisasi yang akan menyiarkan berita yang dianggapkan "menarik" kepada pembaca. Ini tentu sekali akan melariskan penjualan akhbar tersebut.

Apabila akhbar dilihat dari segi pengiktisan yang perlu dipatuhi maka tanggungjawab akhbar adalah mengimbangkan laporan antara parti memerintah dengan parti pembangkang.

Untuk tujuan mengumpulkan berita, organisasi media menempatkan wartawan-wartawan di merata-rata tempat. Boleh dikatakan setiap media organisasi di Semenanjung Malaysia mempunyai wakilnya di setiap negeri di Semenanjung. Adalah menjadi tugas wartawan di setiap negeri mengirimkan berita mereka kepada meja berita di Kuala Lumpur atau Petaling Jaya. Berita tersebut

boleh disampaikan terus atau melalui pejabat Wilayah. Pengiriman berita sama ada secara terus ke ibu pejabat di Kuala Lumpur atau Petaling Jaya juga ditentukan oleh teknologi yang terdapat oleh media organisasi tersebut.

Selain wartawan yang mendapat gaji tetap, media organisasi juga mengambil wartawan sambilan. Mereka dibayar mengikut jumlah berita yang disiarkan dalam akhbar. Wartawan sambilan atau '*stringers*' adalah terdiri daripada mereka yang mempunyai pekerjaan tetap dengan organisasi lain. Ada yang bekerja sebagai guru, pegawai penerangan, pegawai Kemas, pelajar universiti, dan juga pekerja pejabat kerajaan lain (Pejabat Pegawai Daerah, Felda, Risma, Pertanian dan lain-lain). Wartawan sambilan akan mengirim berita kepada wakil berita tetap yang berhampiran. Wartawan tersebut akan menapis, dalam erti kata menentukan faktanya serta membuat keputusan mengirimkannya ke ibu pejabat di Kuala Lumpur.

MEMBUAT LIPUTAN PILIHAN RAYA

Pilihan raya merupakan satu waktu yang sibuk bagi ahli-ahli politik dan para wartawan. Ahli-ahli politik terpaksa mengaturkan kempen yang berkesan untuk mendapatkan sokongan daripada pengundi, serta menangkis apa-apa tuduhan yang dilemparkan oleh lawan. Dia harus menemui pengundi seramai mungkin.

Wartawan juga sibuk kerana ingin membuat liputan terhadap ahli-ahli politik serta melaporkan berita yang lain. Bagi organisasi berita terdapat dua jenis ahli politik dari segi pemberitaan. Salah satu ialah mereka yang mempunyai ciri yang menarik dari segi pemberitaan dan yang lagi satu ialah yang tidak menarik perhatian wartawan.

Ahli politik yang menarik perhatian wartawan yang menjadi punca berita adalah terdiri daripada menteri-menteri, menteri besar, setiausaha parlimen atau setiausaha politik, dan ahli pembangkang yang terkenal. Ini juga dapat dibahagikan kepada dua, iaitu tokoh-tokoh daripada parti Barisan Nasional dan daripada parti pembangkang. Menteri-menteri Barisan Nasional diberikan keutamaan yang lebih jika dibandingkan dengan ahli politik daripada parti yang lain.

Untuk Perdana Menteri dan Timbalannya, pihak akhbar

menugaskan wartawan kanan untuk mengikuti dan membuat laporan apabila mereka berkempen dan akan menentukan supaya apa yang diucapkan oleh menteri tersebut akan dilaporkan. Tugas seorang wartawan secara berterusan juga membolehkan wartawan mengikuti perkembangan dan aliran (*trend*) ucapan dan menonjolkan perkara-perkara baru.

Lambat-laun, wartawan yang mengikuti Perdana Menteri dan Timbalannya akan mendapati bahawa kedua-dua pemimpin negara ini akan mengulang apa yang diucapkannya. Misalnya, kedua-dua pemimpin ini berucap di beberapa tempat dalam sehari. Besar kemungkinan bahan ucapan yang sama akan disampaikan kepada khalayak. Perbezaannya mungkin dari segi penekanan terhadap sesuatu isu. Mereka mungkin mengulas satu isu lebih mendalam di satu tempat, dan menyentuh secara sepintas lalu di tempat yang lain. Itu hanya dalam satu hari. Bayangkan jika kempen berjalan selama dua tiga minggu. Ucapan yang hampir sama diberikan. Ini ialah satu cabaran kepada wartawan. Para pembaca akhbar mungkin tidak sedar hal ini. Lazimnya mereka membaca sesuatu yang 'baru'.

Apa yang dilakukan oleh wartawan adalah tidak mengirim semua perkara yang diucapkan, cuma yang penting sahaja. Bahan yang hari ini ditinggalkan, akan dijadikan perkara utama esoknya, dan seterusnya. Biasanya, para wartawan yang mengikuti Perdana Menteri dan Timbalan Perdana Menteri bermuafakat sesama sendiri tentang isu yang hendak diketengahkan. Perkara ini dilakukan supaya bahan berita yang ditulis berkaitan dengan kedua-dua pemimpin negara ini sentiasa segar dan baru. Bagi menteri-menteri dan Menteri Besar yang berkempen di negeri-negeri, wartawan yang bertugas di negeri akan mengikuti mereka dan membuat liputan.

Pandangan Wartawan

Seorang wartawan berkata pada asasnya tidak ada masalah bagi melaporkan pemimpin-pemimpin Barisan Nasional dan dengan sebahagian besar pemimpin pembangkang. Jika terdapat pun dengan pembangkang ini adalah kerana pendekatan pemimpin-pemimpin parti pembangkang. Mengikut beberapa orang wartawan parti politik pembangkang suka menghentam. Jika mereka menghentam secara *daring* adalah sukar juga bagi seseorang wartawan

itu untuk membuat liputan kerana perkara yang sensitif tidak dapat disiarkan.

Pada peringkat bawahan terdapat juga halangan oleh pemimpin-pemimpin PAS muda yang menghalang para wartawan dalam menjalankan tugas mereka.

Pemimpin-pemimpin PAS yang atas tidak menjadi masalah. Misalnya, melaporkan Ustaz Nakhaié Ahmad atau Ustaz Fadzil Nor tidak menjadi masalah, tetapi mereka ini bercakap tentang perkara yang sama sahaja. Mengikut wartawan, setiap kali mereka bercakap, mereka timbulkan perkara yang sama. Bagi wartawan, ceramah itu tidak memberikan bahan yang baru untuk dijadikan berita.

Masalah membuat liputan pemimpin-pemimpin Barisan Nasional pula berlainan. Mereka ingin wartawan membuat liputan akan semua perkara yang mereka lakukan. Masalahnya adalah jumlah wartawan yang ada tidak mencukupi untuk membolehkan liputan dibuat, dan adakala pula bahan yang dicakap itu tidak mempunyai nilai berita.

Ketibaan seorang menteri atau tokoh pemimpin Barisan Nasional yang hampir kesemuanya memegang jawatan kerajaan dan walau ke mana sahaja mereka membuat ceramah, wartawan akan diberitahu lebih awal lagi oleh pejabat Barisan Nasional. Kerap juga maklumat ini diberikan oleh Jabatan Penerangan yang menganggapkan lawatan itu sebagai lawatan rasmi.

Tidak semua ucapan yang dibuat oleh menteri akan dibuat liputan oleh wartawan. Jika dalam sesuatu ceramah itu, perkara yang biasa diulangkan maka ceramah tersebut tidak dijadikan berita.

Untuk menjadikan bahan berita wartawan biasanya akan menanyakan menteri untuk mengulas sesuatu kenyataan. Tidak kurang pula wartawan akan mengadakan temu bual dengan menteri selepas sesuatu ceramah politik. Pada hemat wartawan mereka akan mendapat bahan berita yang lebih menarik daripada hanya mendengar menteri berucap di sesuatu ceramah.

Menteri faham akan keperluan berita. Biasanya menteri telah pun mempunyai beberapa perkara untuk memberitahu para wartawan tentang apa yang dapat dijadikan berita. Pengalaman dan pertalian yang rapat antara menteri dan para wartawan jelas sekali kelihatan pada waktu pilihan raya diadakan. Para menteri akan memberitahu bahan berita dalam satu bahasa yang mudah. Isu

yang kompleks akan diterjemahkan supaya mudah bagi wartawan menyediakan berita.

Perkara ini berbeza pula dengan pemimpin PAS. Menurut seorang wartawan, misalnya apabila Ustaz Hadi Awang mengemukakan sesuatu isu yang kompleks dan abstrak, amat sukar untuk dijadikan berita.

Di ibu pejabat pula, para wartawan hanya menyiarkan berita yang sesuai. Berita yang sensitif, tidak tepat, atau tuduhan-tuduhan yang tidak berasas, tidak akan disiarkan. Menurut mereka, ruang adalah terhad, maka hanya berita yang mempunyai kesan yang besar kepada masyarakat akan diberikan keutamaan.

Bagi wartawan di luar negeri, mereka mengirimkan kesemua berita ke ibu pejabat. Terpulang kepada ibu pejabat sama ada untuk menolak, menulis semula atau menerima sesuatu berita.

Ada parti politik yang mahu beritanya disiarkan tetapi tidak memberikan kerjasama semasa dibuat liputan. Seorang wartawan menyatakan, ia memberikan liputan kepada aktiviti PAS, tetapi parti PAS tidak memberikan kerjasama. Misalnya, masa dan tempat diadakan ceramah oleh tokoh-tokoh PAS tidak diberitahu. Wartawan mendapati sukar untuk membuat liputan.

Wakil akhbar juga mendakwa bahawa ada tokoh-tokoh politik yang bersikap kasar terhadap wartawan dengan mengeluarkan kata-kata yang kesat. Ketika ditemui, ahli-ahli politik daripada parti pembangkang mendakwa bahawa mereka tidak mendapat liputan yang baik oleh akhbar. Ada pihak yang menyalahkan ibu pejabat akhbar kerana tidak melayan berita yang dikirimkan oleh wartawan mereka dan ada pula yang menyalahkan wartawan sendiri kerana enggan mengirimkan berita untuk disiarkan.

Misalnya, Ustaz Nakhaie memberitahu bahawa tidak selalu wartawan mengikutinya atau tokoh-tokoh PAS yang lain. Apabila Ustaz Hadi Awang datang ke Kedah untuk memberikan ceramah, kebanyakannya ceramah tidak mendapat liputan. Apabila wartawan membuat liputan, laporannya adalah tidak lengkap. Dua sebab telah diberikan oleh Ustaz Nakhaie. Pertama, wartawan terlalu muda untuk membolehkan mereka menulis satu berita dengan baik. Kedua, pengetahuan mereka terhadap perkara yang dicakapkan oleh pemimpin-pemimpin PAS adalah di luar daripada tahap penguasaan mereka. Ini terbukti sekali apabila wartawan membuat liputan terhadap Ustaz Hadi Awang yang selalu memberi ceramah tentang konsep yang tinggi dan abstrak.

Seorang ahli DAP, George John menyatakan liputan yang diberikan oleh wartawan adalah berat sebelah. Menurut beliau, apabila dia membuat satu kenyataan membidas sebuah pejabat kerajaan, maka wartawan akan menemu bual pegawai yang berkenaan. Keesokan harinya, berita yang disiarkan hanya menyebutkan pegawai kerajaan. Hanya pada akhir berita dituliskan pegawai kerajaan menjawab kritikan DAP. Mengikut George John, tulisan seperti itu adalah tidak adil. Pertama, tulisan tersebut memberikan gambaran bahawa pegawai kerajaan adalah sentiasa dominan. Kedua, juga menampakkan seolah-olah teguran yang dibuat tidak berasas sama sekali. Apa yang ketara baginya adalah perbezaan pendapat mengenai cara-cara sesuatu kejadian itu dipersepsikan sebagai berita. Ada perkara yang dianggap sesuai dijadikan berita tetapi tidak sebaliknya bagi ahli politik atau wartawan.

ISU DAN PENENTUAN AGENDA

Satu konsep yang dikatakan oleh sarjana dalam komunikasi politik adalah penentuan agenda. Di bawah konsep ini, berita utama yang disiarkan oleh media massa boleh menjadi bahan perbincangan di kalangan khalayak. Ahli-ahli politik mengharapkan penyiaran berita itu menjadi satu isu yang dapat menentukan hala sokongan kepada calon dan parti. Jika bahan perbincangan itu merupakan sesuatu yang positif bagi dirinya ini akan menandakan satu penentuan agenda yang baik oleh media massa. Sekiranya ia menampakkan satu agenda yang negatif, ahli politik akan mula mencari jalan supaya agenda tersebut ditukarkan dengan perkara yang lain atau berikhtiar mematikannya.

Ahli politik menggunakan strategi terhadap media massa seperti berikut:

- Menentukan supaya berita yang positif tentang parti dan diri sendiri disiarkan dalam media massa.
- Menentukan supaya berita yang negatif tentang parti lawan, disiarkan dalam media massa.
- Menentukan supaya berita negatif tentang parti sendiri yang disiarkan dalam media massa dimatikan segera.

Beberapa isu menjadi dominan dalam pilihan raya 1986. Dua perspektif yang boleh kita lihat, iaitu satu daripada apa yang ditimbulkan dan dilaporkan oleh media massa dan keduanya daripada pemerhatian dan ahli-ahli politik sendiri.

Daripada media massa, isu-isu yang dilaporkan adalah lebih memberikan gambaran positif bagi komponen parti dalam Barisan Nasional. Perkara ini dilaporkan dengan teliti dalam Bab 3 apabila analisis isi kandungan dilakukan terhadap akhbar-akhbar.

Bagi ahli-ahli politik dan pemerhati politik pula, isu-isu yang mereka anggap penting adalah berkisar kepada kelemahan parti pembangkang atau jentera Barisan Nasional. Seorang pemerhati politik menyatakan bahawa, penggunaan perkataan "Parti Allah" yang digunakan oleh PAS merupakan isu yang telah menyebabkan pengundi Melayu menjauhi parti tersebut. Menurut mereka, pengundi Melayu tidak senang dengan dakwaan parti PAS bahawa parti mereka dipilih sebagai sebuah parti Allah.

Isu lain tentang parti PAS ialah pemimpin parti yang tidak jujur. Apabila diketahui bahawa pengikut-pengikut parti PAS telah menganjurkan satu perarakan di Terengganu (kerana andaian kemenangan), iaitu untuk menandakan kemenangan parti PAS sebelum pilihan raya diadakan, telah menyebabkan pengundi merasakan bahawa parti PAS sombong dan bongkak.

Perdampingan rapat antara PAS dengan CCC telah menyebabkan orang Melayu tidak yakin terhadap kesucian perjuangan PAS demi kepentingan Islam dan orang Melayu. Bagi mereka, PAS tidak berbeza lagi seperti UMNO berbaik-baik dengan MCA, MIC dan parti bukan Melayu yang menganggotai Barisan Nasional. PAS tidak dapat menjelaskan kedudukan yang sebenarnya melalui media massa, kerana mengikut Ustaz Nakhaie, sebarang penjelasan tidak diterima oleh akhbar.

Persoalan sama ada media dapat mempengaruhi sikap atau fikiran rakyat telah banyak diperkatakan. Satu pendekatan bagi perbincangan tentang peranan yang dimainkan oleh media dalam mengutarakan isu kepada pembaca adalah penentuan agenda. Pendekatan ini menyatakan bahawa media massa membawa isu.

Isu

Setiap pilihan raya menampakkan isu yang diketengahkan oleh parti-parti politik. Mereka memainkan isu positif bagi diri sendiri dan memajukan isu negatif untuk parti lawan.

Pada tahun 1986 Barisan Nasional nampaknya menghadapi banyak isu negatif. Isu negatif ini telah pun dibawa oleh parti

pembangkang sebelum pilihan raya diumumkan. Antaranya ialah:

- Skandal penipuan pinjaman \$2.5 ribu juta yang melibatkan Bumiputra Malaysia Finance (BMF).
- Peristiwa Memali, Baling, Kedah yang telah mengorbankan 4 orang anggota Polis, 14 orang awam, mencerakar 20 orang polis dan 9 orang awam.
- Krisis perletakan jawatan Datuk Musa Hitam sebagai Timbalan Perdana Menteri pada 27 Februari 1986 telah sedikit sebanyak menggugat kredibiliti dan imej Datuk Seri Dr. Mahathir Mohamad.
- Krisis kepimpinan MCA.

Untuk tujuan laporan ini perhatian diberikan kepada:

- Liputan berita tentang pilihan raya pada keseluruhannya.
- Liputan berita mengenai seorang tokoh politik.
- Berita dan maklumat politik daripada kalangan orang awam.

Ada pemerhati politik mengatakan bahawa pilihan raya 1986 berbeza dengan pilihan raya yang lain kerana menampakkan satu objektif parti pembangkang untuk menafikan kemenangan dua pertiga kerusi bagi Barisan Nasional (Zainal Abidin, 1986). Ini bermakna, parti pembangkang mengakui bahawa mereka tidak terdaya memenangi kerusi yang cukup untuk menubuhkan sebuah kerajaan. Mereka berazam supaya kemenangan mereka dalam pilihan raya 1986 sekadar cukup hingga Barisan Nasional tidak akan berjaya meluluskan pindaan terhadap perlombagaan jika bilangan kerusinya kurang daripada dua pertiga.

Kerjasama PAS dengan CCC dalam usaha mendapatkan undi kaum Cina menjadi satu isu dalam pilihan raya. Bagi sebahagian pemimpin PAS, undi daripada kaum Cina adalah diperlukan untuk memenangi beberapa kerusi Parlimen atau dewan undangan negeri. Kerjasama PAS dengan CCC tidak terlepas daripada kecaman Barisan Nasional. Bagi pemerhati politik kerjasama sesetengah pemimpin PAS dengan CCC dikatakan telah menyebabkan PAS terpaksa membela dirinya.

Isu dan Keputusan

Walaupun terdapat berbagai-bagai isu yang negatif bagi Barisan

Nasional tetapi Barisan Nasional terutamanya UMNO telah dapat memenangi dan menubuhkan kerajaan semula. Malahan UMNO telah mendapat kemenangan yang amat baik sekali.

Ada yang mengatakan bahawa isu-isu besar seperti BMF tidak difikirkan berkaitan dengan pengundi-pengundi di kampung-kampung. Menurut mereka, skandal itu bukan salah pihak kerajaan tetapi pihak pengurus BMF sendiri yang perlu bertanggungjawab.

Ustaz Halim Arshat (1986), mengakui bahawa orang Melayu tidak termakan dengan semua isu. "Kita cuba terangkan isu seperti BMF dan juga tentang isu-isu lain tetapi orang Melayu telah termakan dengan dakyah Barisan Nasional," katanya. Ada pula yang menyatakan bahawa PAS mengalami kekalahan teruk dalam pilihan raya kerana sikap angkuhnya dan terlampaui "over confident" (Yusof Nor, 1986). Hal ini agak berbeza dengan pengundi-pengundi Cina di bandar yang menganggap isu-isu besar itu berkaitan bagi diri mereka.

Pada permulaan kempen pilihan raya pihak BN, khususnya UMNO, terpaksa berada dalam keadaan defensif. Banyak isu telah timbul yang merupakan negatif bagi parti tersebut. Tetapi apabila kempen berjalan, isu-isu telah ditimbulkan yang menentukan parti pembangkang memberikan jawapan. Isu-isu ini dibangkitkan oleh media massa.

Ustaz Halim Arshat dan Ustaz Nakhaie mengakui akan isu-isu tersebut tetapi menyatakan kesukaran bagi pihak PAS untuk memberikan penjelasan kerana sebarang kenyataan oleh pihak mereka (PAS) tidak mendapat tempat dalam media massa.

Antara lain isu yang disiarkan oleh media massa yang meletakkan PAS dalam keadaan defensif adalah:

- Kenyataan bahawa PAS sudi menghapuskan hak istimewa orang Melayu. Isu ini menampakkan PAS tidak lagi membela nasib orang Melayu.
- Janji-janji yang digambarkan sebagai diberikan oleh pemimpin-pemimpin PAS kepada kaum bukan Melayu telah juga menjauhkan simpati orang Melayu terhadap parti tersebut.

Menurut pemimpin-pemimpin PAS, isu yang "sensitif" bagi partinya sengaja dibangkitkan oleh media massa. Apabila akhbar menyebut sesuatu kenyataan dibuat oleh pemimpin parti, maka adalah amat sukar bagi pembaca akhbar membezakan perjuangan

parti yang ideal dengan apa yang dikatakan oleh pemimpin PAS seperti mana kelibatan dalam parti. Berita yang menyatakan PAS mendapat restu Allah atau parti PAS merupakan parti Allah sepetimana disiarkan oleh media massa menjadi bahan perbualan oleh penduduk-penduduk di Kedah, Perlis, Kelantan dan Terengganu. Pemimpin-pemimpin parti PAS telah juga digambarkan sebagai agresif dan somborg. Ada berita kononnya pemimpin PAS tidak sudi bersalaman dengan penyokong UMNO. Pada hemat pembaca, ini menimbulkan reaksi yang negatif bagaimana seorang Muslim tidak sudi bersalam dengan orang Muslim yang lain, meskipun mereka berbeza dari segi kefahaman politik.

Kenyataan oleh pemimpin-pemimpin PAS untuk mewujudkan sebuah negara Islam menarik minat pengundi Melayu. Dalam masyarakat homogenus, kenyataan tersebut tentu menarik sekali jika kesemua pengundi adalah orang Islam. Dalam masyarakat Malaysia yang bersifat majmuk, pengumuman tersebut telah menjauhkan pengundi-pengundi Cina dan India. Ramai pengundi bukan Islam ingin mengetahui kedudukan dan hak mereka di bawah satu kerajaan Islam (Poh, 1986).

Penarikan diri DAP daripada usaha gabungan antara PAS, NASMA, dan SDP memberi isyarat kepada pengundi Cina bahawa mereka tidak dapat memberikan sokongan kepada parti PAS. Kepada pengundi Cina, tindakan DAP itu menampakkan DAP tidak bersetuju dengan matlamat PAS menuju kerajaan Islam.

Jika pengundi Cina menjauhi PAS kerana kebimbangan mereka dengan konsep kerajaan Islam, pengundi-pengundi Melayu pula risau dengan beberapa kenyataan yang dibuat oleh pemimpin PAS yang menggoncang kepercayaan mereka terhadap PAS sebagai satu parti yang membela bangsa Melayu.

Isu yang membimbangkan pengundi Melayu ialah pengumuman bahawa PAS bersedia menghapuskan hak istimewa orang Melayu. Bagi orang Melayu hak istimewa ini ialah satu galakan yang membolehkan mereka maju dan bersaing dengan kaum asing, tetapi pengumuman yang dibuat oleh PAS menampakkan seolah-olah PAS tidak lagi bersimpati dengan orang Melayu.

KESIMPULAN

Perspektif dan penilaian terhadap pemberitaan didapati berbeza

antara para wartawan dan ahli politik. Bagi wartawan, konstrain-nya adalah sama ada satu peristiwa itu dapat diterima sebagai bahan untuk dijadikan berita. Bagi ahli politik pula, pada waktu pilihan raya, semua ucapan pemimpin politik atau aktiviti parti boleh dijadikan bahan berita. Apabila wartawan memilih peristiwa untuk dijadikan berita, hal ini menampakkan bagi pihak lain satu percubaan untuk memihak kepada pihak yang lain.

Model konflik dan model kerjasama yang dibincangkan pada awal bab ini mungkin perlu diubahsuai dalam keadaan menunjukkan ada akhbar yang menyokong sesuatu parti politik. Penyokong ini adalah kerana corak pemilikan oleh individu-individu yang mempunyai saham dalam akhbar.

Bagi sesetengah pihak, media massa tidak mencungkil atau menjadi musuh sesiapa pun. Mereka tidak akan menyiasat sesuatu kes dan dengan itu menimbulkan sifat pemusuhan antara diri mereka dengan ahli-ahli politik. Media massa di Malaysia lebih menonjolkan berita untuk mencetuskan perbincangan di kalangan khalayak. Dengan itu pendekatan penentuan agenda lebih dapat diterima di sini. Misalnya, parti PAS mendapati sukar membala apabila isu ‘parti Allah’ yang ditonjolkan oleh akhbar dan menjadi bahan perbualan orang ramai. Sementara itu juga beberapa kejadian yang boleh dijadikan berita tidak pula disiarkan dalam media massa.

Bagi pihak pembangkang, isu yang negatif bagi parti pemerintah tidak ditonjolkan begitu hebat tetapi isu yang “menderakan” imej parti diberikan liputan yang besar. Bagi mereka, pertalian antara media massa dengan ahli politik kerajaan boleh dianggap sebagai berada dalam model kerjasama. Sementara pertalian parti pembangkang dengan institusi media massa pula adalah dalam model konflik. Apa yang hendak diberikan oleh parti pembangkang tidak banyak menerima sambutan para wartawan.

BAB 2

LATAR BELAKANG PILIHAN RAYA

Pilihan Raya Umum 1986 adalah pilihan raya yang keenam diadakan selepas negara ini mencapai kemerdekaan. Dalam semua pilihan raya lalu parti pemerintah, sama ada Parti Perikatan atau Barisan Nasional, mendapat kemenangan besar dari segi jumlah calon ataupun jumlah undi. Ini membolehkannya terus memerintah pada peringkat pusat sejak tahun 1955.

Pilihan raya 1986 diadakan lebih awal dari tempohnya, yang lebih dikenali sebagai pilihan raya mengejut atau *snap election*. Namun perkara ini tidak mengejutkan sangat kerana tanda-tanda bahawa pilihan raya akan diadakan lebih awal adalah jelas untuk beberapa bulan sebelum ia diadakan. Walaupun tempohnya belum habis, kerajaan Barisan Nasional memilih untuk membubarkan Parlimen untuk mendapat mandat baru daripada rakyat bagi menghadapi beberapa masalah ekonomi dan politik. Pilihan raya 1986 menampakkan parti-parti pembangkang berusaha lebih gigih untuk mendapat wakil yang lebih ramai dalam Parlimen. Misalnya, *Democratic Action Party* (DAP) berusaha untuk menyekat Barisan Nasional daripada memperoleh 2/3 wakil Barisan Nasional dalam Parlimen. Parti pembangkang, terutamanya DAP mempunyai banyak isu untuk dijadikan modal untuk menyerang Barisan Nasional, misalnya skandal Bumiputra Malaysia Finance (BMF) yang dikatakan mengaitkan beberapa tokoh politik Barisan Nasional. DAP juga berusaha untuk menawan sebuah negeri iaitu Pulau Pinang.

Dalam pilihan raya kali ini, sekurang-kurangnya dua saluran baru membuat liputan pilihan raya, iaitu TV3 dan Beriteks. Selain itu, buat pertama kalinya karikatur politik digunakan dengan

meluas dalam akhbar sebagai satu cara menyampaikan perutusan politik.

Sebagaimana yang dapat dilihat dalam Jadual 2.1, parti pemerintah mempunyai rekod kemenangan yang cemerlang dalam setiap pilihan raya yang ditandingi, kecuali dalam Pilihan Raya Umum 1969 yang menunjukkan prestasinya menurun. Selain itu, apa yang juga jelas daripada Jadual 2.1 ialah cuma tiga buah parti yang mendapat perhatian rakyat, iaitu Barisan Nasional, PAS dan DAP.

Jadual 2.1 Kedudukan Kerusi Parlimen 1959 – 1982

Parti	1959	1964	1969	1974	1978	1982
Perikatan	74	89	107			
Barisan Nasional				135	134	132
PAS	13	9	12	–	5	5
PAP		1				
DAP			13	9	15	9
Front Sosialis	8	2				
PPP	4	2	4			
Gerakan			8			
Parti Negara	1					
Partai Malaya	1					
UDP		1				
Pekemas				1		
SNAP					9	
Bebas	3	0	0	0	0	8
JUMLAH	104	104	144	154	154	154

Dalam setiap pilihan raya, peluang terbuka luas kepada ramai orang untuk menjadi wakil rakyat. Pilihan raya 1986 juga tidak terkecuali. Dalam pilihan raya kali ini jumlah kerusi Parlimen dan negeri turut bertambah, selaras dengan langkah menyempadani semula kawasan pilihan raya yang diadakan setiap 10 tahun sekali. Sebagaimana yang dapat dilihat dalam Jadual 2.2, seramai 431 calon bertanding untuk 177 kerusi Parlimen, manakala 808 calon bertanding untuk 11 kerusi Dewan Undangan Negeri. Pilihan raya

umum peringkat negeri tidak diadakan di Sabah dan Sarawak kerana kedua-dua dewan undangan negeri tersebut baru saja mengadakan pilihan raya negeri masing-masing.

Parti Barisan Nasional memasuki pilihan raya ini dengan kemenangan percuma enam orang calonnya bagi kawasan Parlimen dan lapan calon pada peringkat negeri. Barisan Nasional bertanding untuk semua kawasan pada peringkat Parlimen dan negeri, dan merupakan satu-satunya parti yang meletakkan calon paling ramai, iaitu 528 orang semuanya. PAS meletakkan seramai 363 calon (98 pada peringkat Parlimen dan 265 pada peringkat negeri). DAP pula meletakkan seramai 182 calon (64 pada peringkat Parlimen dan 118 pada peringkat negeri). SDP meletakkan seramai 49 calon (19 pada peringkat Parlimen dan 30 pada peringkat negeri). Parti lain masing-masing meletakkan kurang daripada 10 orang calon. Terdapat seramai 52 calon bebas yang berusaha untuk menjadi wakil di Parlimen dan 24 pada peringkat negeri.

Barisan Nasional mencapai kemenangan besar dalam pilihan raya kali ini. Barisan Nasional memenangi 148 kerusi Parlimen daripada jumlah 177 buah yang dipertandingkan (6 buah kerusi dimenangi tanpa bertanding pada hari pencalonan) dan 299 buah kerusi dewan undangan negeri daripada 351 yang dipertandingkan (8 buah kerusi dimenangi pada hari pencalonan).

Jadual 2.2 Pecahan Jumlah Calon yang Bertanding 1988

Parti	Parlimen	Negeri
	(Jumlah Kerusi 177)	(Jumlah Semenanjung 351)
Barisan Nasional	177 (6 mtt)*	351 (8 mtt)
PAS	98	265
DAP	64	118
SDP	19	30
Berjaya	9	-
PSRM	4	7
Nasma	4	9
Momogun	2	-
Parti Buruh Sarawak	2	-
Pekerja	-	4
Bebas	52	24

* mtt - menang tanpa tandingan

Parti UMNO memenangi semua kawasan Parlimen yang ditandinginya di Semenanjung Malaysia. UMNO meletak seorang calon di Wilayah Persekutuan Labuan tetapi calon ini tewas. Parti komponen Barisan Nasional lain yang mencapai kejayaan cemerlang ialah MIC yang memenangi semua 6 kerusi Parlimen yang ditandinginya. Prestasi MCA tidaklah begitu cemerlang. Satu sebab utama adalah kerana parti itu dalam keadaan kucar-kacir akibat pergeseran kepimpinan dan juga skandal kewangan yang dihadapi oleh presiden parti, Tan Koon Swan. MCA memenangi 17 kerusi Parlimen daripada 32 kerusi yang ditandingi. Prestasinya menurun daripada 24 kerusi yang dimenanginya pada tahun 1982 daripada 28 kerusi yang ditandinginya.

Pilihan raya kali ini memperlihatkan usaha kuat daripada parti UMNO untuk menentang lawannya yang utama iaitu PAS. PAS memasuki pilihan raya kali ini dengan satu isu baru, iaitu isu tindakan kerajaan terhadap para pengikutnya di Memali, yang dikenali sebagai Peristiwa Memali. PAS juga bekerjasama dengan sekumpulan masyarakat Cina melalui Jawatankuasa Perundingan Cina (*Chinese Consultative Committee* atau CCC). Sambil PAS mencari pengaruh di kalangan orang Melayu, CCC berusaha membantu PAS untuk mendapatkan undi di kalangan orang Cina dengan berusaha menjelaskan konsep PAS dan landasan perjuangannya. UMNO telah memberi tumpuan terhadap usaha PAS ini hingga UMNO hampir menumpas PAS. Pada peringkat Pusat, PAS hanya berjaya memenangi sebuah kerusi berbanding dengan 5 buah kerusi yang disandang sebelum pilihan raya itu. Sebaliknya, dalam pilihan raya kali ini, DAP mencapai kejayaan paling gemilang dengan memperoleh 24 kerusi Parlimen berbanding dengan 9 buah kerusi pada tahun 1982. Kemenangan DAP adalah ketewasan MCA. MCA memasuki pilihan raya ini dengan serba kelemahan. Pergeseran kepimpinan telah mengakibatkan tidak ada kerjasama di kalangan ahli untuk menyokong calon yang dipilih untuk bertanding. Selain itu akibat skandal kewangan yang melibatkan beberapa orang pemimpinnya, termasuk presiden parti, Tan Koon Swan, telah menyebabkan parti itu jatuh dari segi pandangan orang Cina khususnya, dan rakyat lain amnya.

Parti Gerakan menyumbang 5 buah kerusi kepada Barisan Nasional pada peringkat Pusat, iaitu jumlah yang sama jika dibandingkan dengan tahun 1982. Selain itu Barisan Nasional juga memenangi sebuah kerusi melalui HAMIM, sebuah parti yang di-

LATAR BELAKANG PILIHAN RAYA

pimpin oleh Datuk Asri Muda. Penyertaan parti ini dalam pilihan raya di bawah lambang Barisan Nasional telah menyebabkan Parti Berjasa berkecil hati.

Kuasa politik Barisan Nasional pada peringkat pusat diperteguhkan lagi oleh kerusi yang dimenangi oleh calon parti komponennya di Sabah dan Sarawak iaitu melalui PBS, USNO, PBB, SUPP, SNAP dan PBDS. Apa yang menarik adalah antara parti komponen dari Sabah dan Sarawak ini, terdapat tantangan yang kuat antara satu sama lain. (Lihat Jadual 2.3).

Jadual 2.3 Keputusan Pilihan Raya Umum 1986 Kawasan Parlimen

Parti	Parlimen
Barisan Nasional	148
UMNO	83
MCA	17
MIC	6
Gerakan	5
PBS	10
USNO	5
PBB	8
SUPP	4
SNAP	4
PBDS	5
HAMIM	1
PAS	1
DAP	24
Bebas	4
Jumlah	177

Dalam pilihan raya peringkat negeri, Barisan Nasional menyapu bersih semua 11 kerusi Dewan Undangan Negeri yang ditandinginya. Barisan Nasional mendapat kemenangan besar di Perlis (calon pembangkang tidak memenangi sebarang kerusi), Kedah, Selangor, Pahang, dan Negeri Sembilan. Bagaimanapun, parti pembangkang yang terdiri daripada PAS dan DAP memenangi sejumlah kerusi di Pulau Pinang, Kelantan, Perak, Melaka dan Johor untuk membolehkan parti-parti itu memberi tantangan

kepada Barisan Nasional dalam perbahasan atau pengundian di Dewan Undangan berkenaan. (Lihat Jadual 2.4).

Jadual 2.4 Kedudukan Kerusi Barisan Nasional dan Pembangkang pada Peringkat Negeri dalam Pilihan Raya Umum 1986

Negeri	Barisan Nasional	Pembangkang
Perlis	14	0
Kedah	25	3
Pulau Pinang	23	10
Perak	33	13
Selangor	37	5
Kelantan	29	10
Terengganu	30	2
Pahang	32	1
Negeri Sembilan	24	4
Melaka	17	8
Johor	35	11

ISU DAN PERISTIWA

Pada pandangan kasar, Barisan Nasional memasuki pilihan raya ini dalam keadaan yang tergugat. Bagaimanapun, Barisan Nasional merasa yakin untuk memenangi semula pilihan raya dengan cemerlang. Sebaliknya, parti-parti pembangkang melihat keadaan kerajaan Barisan Nasional lemah dan mereka berusaha untuk mengurangkan majoriti dua pertiga Barisan Nasional dalam Parlimen Malaysia. Tanggapan begini boleh dilihat kepada populariti Perdana Menteri, Dato' Seri Dr. Mahathir Mohamad, yang meningkat setelah beliau mengambil beberapa langkah yang popular. Sebaliknya, dalam waktu pemerintahan Dr. Mahathir juga timbul beberapa kejadian yang mencetuskan bantahan dan kemarahan kepada sesetengah pihak.

Sebaik saja menjadi Perdana Menteri, Dr. Mahathir telah berusaha meningkatkan mutu kerja kakitangan kerajaan, perkhidmatan kepada rakyat dan sebagainya. Antara langkah yang dijalankan ialah memperkenalkan kad perakam waktu, memakai tanda nama dan memperkenalkan konsep Bersih, Cekap dan Amanah (BCA). Langkah ini diterima baik oleh rakyat dan merupakan satu langkah

yang popular. Dalam usaha meningkatkan daya pengeluaran, atau produktiviti, Dr. Mahathir memperkenalkan konsep persyarikatan Malaysia dan penswastaan.

Di bawah konsep persyarikatan Malaysia, atau *Malaysia Incorporated*, tujuan kerajaan adalah untuk merapatkan kerjasama antara sektor kerajaan dan sektor swasta, kerana jika kedua-dua pihak saling membantu, Malaysia seluruhnya akan dapat menikmati pembangunan yang lebih baik. Di bawah konsep kedua, iaitu penswastaan, syarikat-syarikat kerajaan yang berpotensi diswastakan untuk membolehkan ia lebih cekap (*efficient*). Tujuannya adalah untuk mengurangkan beban kewangan kerajaan yang semakin meningkat serta menggalakkan persaingan dalam memberikan khidmat yang terbaik kepada rakyat. Melalui proses penswastaan ini, jumlah seluruh kakitangan kerajaan akan dikurangkan. Bagaimanapun, kakitangan kerajaan yang menyertai syarikat yang diswastakan dijamin tidak mendatangkan kesan yang buruk dari segi pendapatan, malah pendapatan mereka adalah lebih baik. Ini boleh dicapai kerana di bawah syarikat penswastaan, kakitangan menjadi lebih produktif dan hasil pendapatan syarikat lebih tinggi. Dengan demikian mereka akan mendapat gaji yang lebih baik, serta bonus.

Dr. Mahathir juga memperkenalkan Dasar Pandang ke Timur. Melalui dasar ini rakyat Malaysia digalakkan mencontohi aspek-aspek pendidikan, teknologi, etika dan semangat kerja rakyat Jepun dan Korea Selatan yang amat maju dalam bidang perindustrian moden. Dasar itu juga menerima nilai-nilai positif dari Barat dan menolak nilai-nilai negatifnya. Dr. Mahathir muh rakyat mencontohi apa-apa yang terbaik dari Barat dan Timur.

Kerajaan juga memberi perhatian yang lebih terhadap peningkatan syiar Islam. Antara langkah yang jelas adalah penubuhan Bank Islam, yang memperkenalkan suatu sistem bank yang tidak mengenakan faedah; penubuhan Universiti Islam Antarabangsa; dan penerapan nilai-nilai Islam dalam pentadbiran kerajaan.

Di bawah pentadbiran Dr. Mahathir industri berat juga diperkenalkan. Antara projek yang dijalankan di bawah projek industri berat adalah pengeluaran kereta nasional. Hasilnya pada 9 Julai 1985, kereta Proton Saga yang pertama telah dilancarkan. Selain itu projek pengeluaran besi keluli di Terengganu juga dijalankan. Matlamat utama daripada rancangan industri berat ini adalah

untuk membolehkan Malaysia mendapatkan pemindahan teknologi tinggi yang tidak akan didapati tanpa penubuhan industri sedemikian.

Ada tiga peristiwa penting yang dikira menggugat kerajaan dan menjadi isu dalam pilihan raya. Peristiwa pertama adalah peristiwa skandal Bumiputra Malaysia Finance (BMF), sebuah anak syarikat Bank Bumiputra Malaysia Berhad yang melibatkan wang \$2.5 ribu juta. Peristiwa ini mengaitkan nama beberapa pemimpin negara.

Satu lagi peristiwa adalah apa yang kemudiannya dikenali sebagai Peristiwa Memali, Kedah. Dalam peristiwa ini satu pertemuan telah berlaku antara polis dan sekumpulan orang, yang dikatakan pengikut PAS, di Kampung Memali pada 19 November 1985. Dalam peristiwa ini seramai 4 orang anggota polis, dan 14 orang awam terkorban. Tragedi ini berlaku apabila pihak polis melancarkan gerak khas untuk menangkap Ibrahim bin Mahmood atau Ibrahim Libya dan dua orang pengikutnya iaitu Mat Ramli Che Mid dan Yusof Che Mid yang dikehendaki oleh polis.

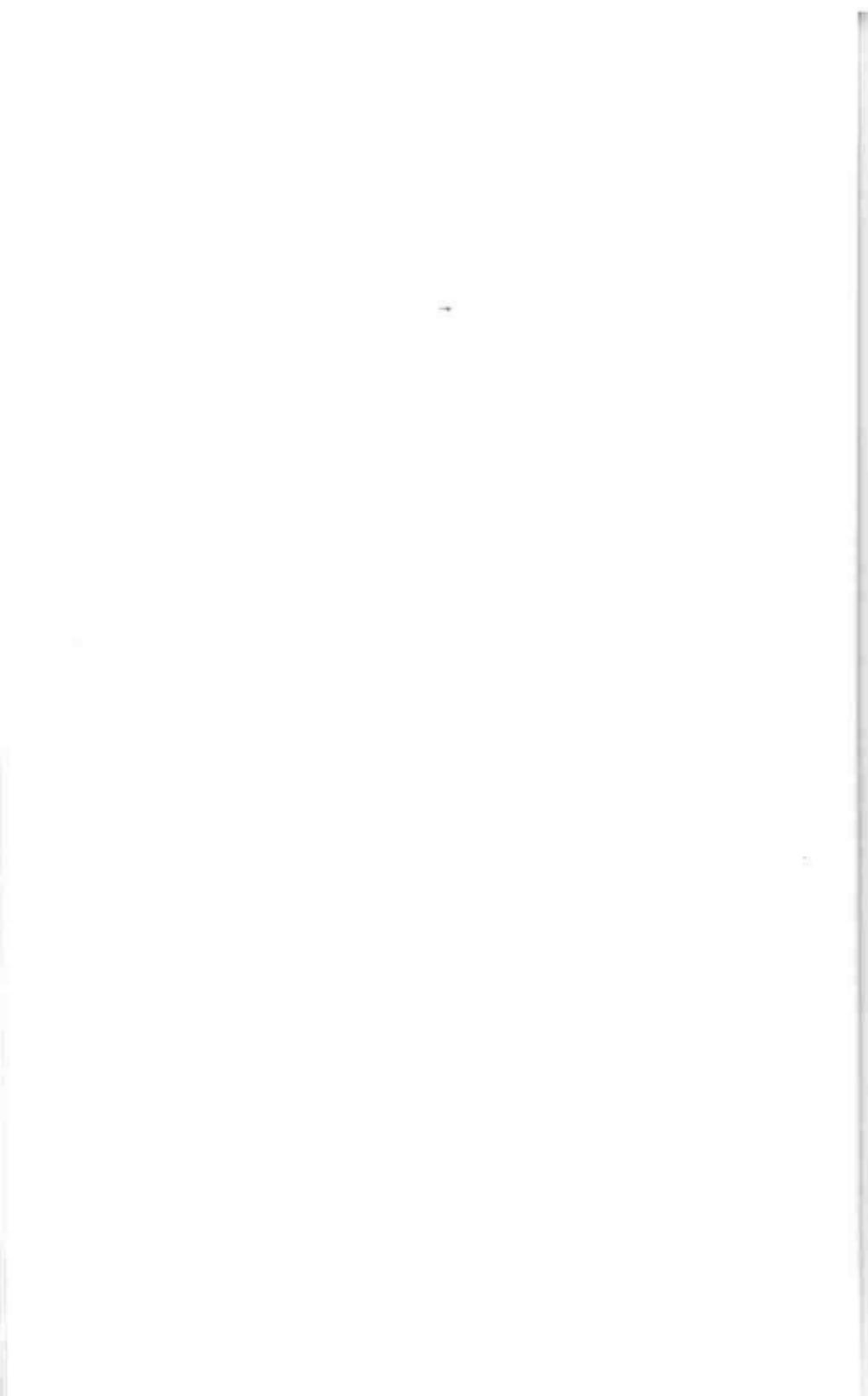
Selanjutnya ialah peristiwa perletakan jawatan Datuk Musa Hitam sebagai Timbalan Perdana Menteri, Menteri Dalam Negeri dan Timbalan Presiden UMNO pada 27 Februari 1986. Peristiwa ini hampir memecah parti UMNO.

Antara isu lain yang menggugat kekuatan Barisan Nasional ialah krisis MCA selama 20 bulan bermula dari Jun 1983, krisis politik di Sabah pada tahun 1985 – 1986, kemelesetan ekonomi dan isu "projek mewah", krisis pindaan Perlembagaan 1983, "politik wang", tuntutan kenaikan gaji oleh CUEPACS, tuntutan pembahagian kerusi oleh parti Gerakan, pembinaan kediamaan rasmi Perdana Menteri iaitu Sri Perdana yang dikatakan menelan belanja yang besar.

Pada peringkat awal pentadbirannya, Dr. Mahathir diterima baik oleh rakyat. Namun peristiwa-peristiwa yang berlaku kemudiannya meletakkan Dr. Mahathir dalam keadaan yang tertekan sekali. Malah bolehlah dianggap dengan peristiwa-peristiwa negatif ini Barisan Nasional menyertai Pilihan Raya Umum 1986 dalam keadaan yang agak lemah. Parti-parti pembangkang merasa mereka mempunyai peluang yang baik untuk memberi pukulan hebat terhadap Barisan Nasional.

BAHAGIAN DUA

KAJIAN ANALISIS ISI KANDUNGAN



BAB 3

LIPUTAN AKHBAR TENTANG PILIHAN RAYA

PENGENALAN

Kajian ini adalah untuk melihat bagaimana akhbar tempatan memberi liputan tentang pilihan raya umum yang berlangsung pada 2 dan 3 Ogos 1986. Manakala tujuan utama kajian ini adalah untuk melihat beberapa pola penggunaan berita pilihan raya itu dalam akhbar-akhbar yang dikaji. Antara lainnya kajian ini melihat beberapa banyak berita pilihan raya digunakan dalam setiap akhbar dan bagaimana sesuatu berita itu diperoleh, misalnya melalui temu ramah, kenyataan akhbar, sidang akhbar, ceramah dan sebagainya. Kajian juga melihat sumber berita, iaitu daripada parti mana punca berita itu. Perincian juga dibuat terhadap liputan yang diberikan terhadap parti komponen Barisan Nasional dan parti pembangkang juga turut diberi perhatian. Satu lagi perkara yang penting ialah kecondongan sesuatu berita. Perkara ini dilihat secara am dan membanding antara beberapa parti utama, iaitu antara UMNO dan PAS, dan antara MCA dan DAP. Ia juga dilihat daripada kelompok bahasa akhbar-akhbar berkenaan.

KAEDAH

Kajian ini menggunakan kaedah analisis isi kandungan. Sebanyak 10 buah akhbar dipilih untuk kajian berdasarkan beberapa panduan tertentu. Tempoh kajian adalah selama 11 hari iaitu mulai 24 Julai 1986 hingga 3 Ogos 1986.

Akhbar yang dikaji ialah akhbar utama dalam empat bahasa, yang pengedaran utamanya ialah di Semenanjung Malaysia, dan

akbar kota, yang pengedaran utamanya ialah sekitar Wilayah Persekutuan dan negeri-negeri berdekatan. Sepuluh buah akbar yang dikaji itu ialah *Berita Harian*, *Harian Kota*, *Utusan Malaysia*, *New Straits Times*, *The Malay Mail*, *The Star*, *Nanyang Siang Pau*, *Sin Chew Jit Poh*, *Tamil Nesan* dan *Thinamani*.

Berita Harian, *New Straits Times* dan *The Malay Mail*, ialah akbar yang terletak di bawah kumpulan akbar The New Straits Times (M) Berhad, sebuah anak syarikat Fleet Holdings, yang sebahagian besar sahamnya diperpercaya dimiliki oleh UMNO, sebuah parti politik yang menjadi tulang belakang pemerintah Malaysia.

Utusan Malaysia pula ialah sebuah akbar di bawah kumpulan Syarikat Utusan Melayu (M) Berhad, sebuah syarikat penerbitan akbar yang dimiliki hampir sepenuhnya oleh UMNO. Akbar *Utusan Malaysia* diterbitkan dalam tulisan Rumi, manakala sebuah lagi akbar dalam syarikat ini, *Utusan Melayu* diterbitkan dalam tulisan Jawi.

Harian Kota ialah sebuah akbar baru. Tujuan utama akbar ini adalah untuk bertapak di kota, iaitu sebagai akbar petang, dalam bahasa Malaysia. Bagaimanapun, tidak lama selepas diterbitkan, akbar ini terpaksa meluaskan pengedarannya ke peringkat nasional. Malangnya, akbar ini hanya dapat bertahan selama 3 bulan 10 hari saja.

Nanyang Siang Pau, ialah sebuah akbar berbahasa Cina, yang penting di Malaysia. *Sin Chew Jit Poh* ialah sebuah lagi akbar bahasa Cina yang utama di Malaysia dan berpendirian bebas. *Tamil Nesan* dan *Thinamani* merupakan dua buah akbar berbahasa Tamil yang utama. Pemilikan sahamnya ada kaitan dengan tokoh politik dalam parti MIC, sebuah parti yang menganggotai Barisan Nasional. *The Star* ialah sebuah akbar berbahasa Inggeris yang berpendirian agak bebas. Sebahagian besar sahamnya dimiliki oleh sebuah anak syarikat yang rapat dengan parti MCA.

Berita yang dimuatkan ialah berita yang berkaitan dengan pilian raya, sama ada ia berbentuk berita peristiwa, kenyataan akbar, persidangan akbar, berita yang dihasilkan melalui temu ramah dan ceramah, rencana pengarang, ulasan, kolumn dan profil. Setiap berita atau rencana dianggap sebagai satu item.

Seperkara lagi yang dikaji ialah sumber, iaitu siapa atau parti mana yang menjadi sumber berita yang tersiar dalam akbar-akbar yang dikaji. Kajian ini juga memastikan setiap berita sama

ada tentang sesuatu parti tertentu dan melihat kecondongannya, sama ada positif, negatif atau neutral terhadap sesebuah parti. Sesebuah berita yang memberi gambaran baik terhadap sesebuah parti tertentu dianggap sebagai positif kepada parti itu, tetapi jika berita itu memberi gambaran tidak baik, ia dianggap sebagai negatif. Sebaliknya, jika berita itu tidak memberi gambaran positif atau negatif, ia dianggap sebagai neutral.

Perkara yang tidak dikaji ialah sebarang perkara yang tidak berkaitan dengan pilihan raya, senarai calon yang bertanding, senarai keputusan pilihan raya, carta, peta, kartun iklan, atau berita yang tidak ada kaitan terus dengan isu pilihan raya, misalnya latihan polis untuk menghadapi pilihan raya.

Lazimnya, dalam sesuatu pilihan raya, parti-parti politiklah yang mengambil peranan cergas. Walau bagaimanapun, dalam pilihan raya ini ada juga kumpulan-kumpulan lain yang berminat, walaupun tidak bertanding dalam pilihan raya. Kumpulan-kumpulan berminat ini, atau kumpulan pendesak, turut dikategorikan tetapi tidak dibincangkan.

KEPUTUSAN

Kajian ini telah mengenal pasti 2931 buah berita yang digunakan oleh 10 buah akhbar yang dikaji. Sebagaimana yang dapat dilihat dalam Jadual 3.1, akhbar *Berita Harian* menyiaran lebih banyak berita pilihan raya berbanding dengan akhbar lain yang dikaji, iaitu

Jadual 3.1 Berita Pilihan Raya dalam Akhbar

	Jumlah Berita	%
<i>Berita Harian</i>	412	14.1
<i>New Straits Times</i>	405	13.8
<i>Sin Chew Jit Poh</i>	355	12.1
<i>Utusan Malaysia</i>	337	11.5
<i>The Star</i>	328	11.2
<i>Harian Kota</i>	310	10.6
<i>Nanyang Siang Pau</i>	280	9.6
<i>Tamil Nesan</i>	206	7.0
<i>Thinamani</i>	152	5.2
<i>Malay Mail</i>	146	5.0
Jumlah	2931	100.0

sebanyak 14.1%. Ini diikuti oleh akhbar *The New Straits Times* 13.8%, *Sin Chew Jit Poh* 12.1%, *Utusan Malaysia* 11.5%, *The Star* 11.2%, *Harian Kota* 10.6%, *Nanyang Siang Pau* 9.6%, dua akhbar Tamil, *Tamil Nesan* dan *Thinamani*, masing-masing menyatakan 7.0% dan 5.2%, manakala *The Malay Mail* 5.0%.

Walaupun sebahagian besar berita dihasilkan melalui temu ramah para wartawan, iaitu sebanyak 20% daripada yang tersiar, namun ceramah, peristiwa, kenyataan akhbar, dan sidang akhbar merupakan lebih 50% daripada berita yang tersiar. Pentingnya ceramah, peristiwa, dan kenyataan akhbar ialah berita yang dilandaskan kepada perkara-perkara ini adalah berpunca daripada sumber (iaitu ahli politik yang terlibat) sendiri, yang lazimnya menonjolkan yang positif bagi parti yang mengeluarkannya. Manakala dalam temu ramah berita terhasil atas daya usaha para wartawan untuk mendapat komen daripada ahli politik.

Manakala berita-berita lain tergolong dalam penulisan pendapat iaitu komentari, rencana pengarang, dan kolumn. Walaupun jumlahnya sedikit, tetapi kandungan mesejnya mungkin tajam dan kesannya mungkin tidak disukai oleh ahli atau parti politik tertentu (Lihat Jadual 3.2).

Jadual 3.2 Kategori Perolehan Berita

	Jumlah Berita	%
Temu Ramah	587	20.0
Ceramah	563	19.2
Peristiwa	476	16.2
Kenyataan Akhbar	474	16.1
Komentari	254	8.7
Sidang Akhbar	189	6.4
Profil	123	4.2
Rencana Pengarang	93	3.2
Kolumn	24	0.8
Lain	148	5.0
Jumlah	2931	100.0

Sumber Berita

Kebanyakan berita bersumberkan parti Barisan Nasional. Daripada 2174 item berita yang dikenal pasti mempunyai sumber, sebanyak 76.1% bersumberkan Barisan Nasional manakala 21.3% adalah bersumberkan pembangkang yang terdiri daripada PAS.

Jadual 3.3 Peratusan Sumber Berita dalam Setiap Akhbar

	Barisan Nasional %	Pembangkang %	Lain-lain* Berita	Jumlah
<i>Berita Harian</i>	76.3	22.5	1.2	320
<i>Utusan Malaysia</i>	86.9	13.1	0.0	252
<i>Harian Kota</i>	74.2	15.8	0.0	194
<i>The Malay Mail</i>	74.5	25.5	0.0	47
<i>The Star</i>	80.5	19.1	0.4	226
<i>New Straits Times</i>	72.7	25.9	1.4	289
<i>Sin Chew Jit Poh</i>	63.0	31.5	5.5	292
<i>Nanyang Siang Pau</i>	65.7	30.9	3.4	236
<i>Tamil Nesan</i>	95.1	4.9	0.0	183
<i>Thinamani</i>	79.3	20.0	0.0	135
<i>Keseluruhan</i>	76.1	21.3	1.6	2174

* Pendekar dan Parti Berjasa

Jadual 3.4 Pecahan Berita Berkaitan Parti Mengikut Akhbar

Akhbar	Barisan Nasional %	Pembangkang %	BN-Pembangkang %	Lain-Lain %	Jumlah Berita
<i>Berita Harian</i>	51.1	38.4	7.7	2.9	378
<i>Utusan Malaysia</i>	50.3	38.0	9.6	2.1	332
<i>Harian Kota</i>	46.6	44.5	7.4	1.4	283
<i>The Malay Mail</i>	46.7	27.4	24.4	1.5	135
<i>The Star</i>	54.5	25.8	18.5	1.2	325
<i>New Straits Times</i>	48.3	31.4	19.1	1.2	404
<i>Sin Chew Jit Poh</i>	51.9	34.7	13.2	0.3	349
<i>Nanyang</i>	63.9	30.3	5.1	0.4	277
<i>Tamil Nesan</i>	91.9	4.5	3.0	0.5	198
<i>Thinamani</i>	76.2	21.0	2.8	0.0	143
Keseluruhan	55.8	31.5	11.4	0.3	2824

DAP, NASMA, SDP, PSRM, dan calon bebas. Ini menunjukkan bahawa akhbar-akhbar yang dikaji memberi tumpuan kepada Barisan Nasional untuk mendapat maklumat bagi dijadikan bahan berita.

Kajian juga dibuat untuk melihat sumber mana, antara Barisan Nasional dan pembangkang, yang banyak digunakan dalam sesebuah akhbar. Kajian yang dibuat mendapati *Tamil Nesan* mempunyai peratusan yang paling tinggi iaitu 95.1% daripada berita pilihan raya dalam akhbar itu yang bersumberkan Barisan Nasional. Manakala berita yang bersumberkan Barisan Nasional dalam *Sin Chew Jit Poh* ialah sebanyak 63.0%, adalah yang terendah dari segi peratusan di kalangan akhbar (Sila lihat Jadual 3.3).

Penggunaan sumber pembangkang adalah rendah dalam semua akhbar yang dikaji. Cuma akhbar Cina yang menggunakan sumber pembangkang dengan agak banyak berbanding dengan akhbar-akhbar lain. Dalam akhbar *Sin Chew Jit Poh*, 31.5% daripada berita pilihan rayanya menggunakan sumber pembangkang, manakala *Nanyang Siang Pau* 30.9%. Yang terendah ialah *Tamil Nesan* iaitu sebanyak 4.9% daripada seluruh berita pilihan raya yang mempunyai sumber dalam akhbar itu. Di kalangan akhbar berbahasa Malaysia, peratusan berita yang bersumberkan pembangkang dalam *Berita Harian* ialah 22.5% berbanding dengan *Utusan Malaysia* iaitu 13.1%, dan di kalangan akhbar Inggeris *The New Straits Times* 25.9%, berbanding dengan *The Star*, akhbar saingannya, yang memberi sebanyak 19.1%.

Sumber kumpulan berminat atau pendesak, seperti *Aliran*, tidak diberi perhatian sangat. Cuma beberapa buah akhbar seperti *Berita Harian*, *The New Straits Times*, *The Star*, *Nanyang Siang Pau*, *Sin Chew Jit Poh* dan *Thinamani* memberi sedikit perhatian.

Perbandingan Berita tentang Parti

Sebanyak 2824 item berita dikenal pasti mempunyai kaitan dengan parti. Daripada jumlah itu 55.8% mempunyai kaitan dengan Barisan Nasional berbanding dengan parti-parti pembangkang yang mendapat 31.5%, manakala calon bebas cuma 1.2% dan kumpulan pendesak 0.1%. Terdapat juga berita yang melaporkan tentang Barisan Nasional dan parti-parti pembangkang dalam berita yang sama. Berita jenis ini berjumlah 11.4%.

Perincian yang dibuat terhadap setiap akhbar yang dikaji mendapati bahawa sebahagian besar memberi liputan melebihi 50% kepada Barisan Nasional, kecuali akhbar *The Malay Mail* (46.7%), *Harian Kota* (46.6%) dan *The New Straits Times* (48.3%). Akhbar yang paling tinggi memberi liputan kepada Barisan Nasional ialah *Tamil Nesan* (91.9%) dan *Thinamani* (76.2%). Akhbar-akhbar lain memberi liputan sekitar 50% ke 60% (Lihat Jadual 3.4).

Akhbar yang paling tinggi memberi liputan kepada parti pembangkang ialah *Harian Kota* (44.5%). *Berita Harian* dan *Utusan Malaysia* juga memberi liputan yang agak tinggi kepada pembangkang, masing-masing 38.4% dan 38.0%. Manakala akhbar yang paling kurang melaporkan tentang parti pembangkang ialah *Tamil Nesan* iaitu 4.5%. Beberapa buah akhbar memberi liputan yang agak besar juga kepada liputan dua belah pihak, iaitu Barisan Nasional dan parti pembangkang dalam sesuatu item berita yang dilaporkan. Empat buah akhbar iaitu *The Malay Mail*, *The Star*, *The New Straits Times*, dan *Sin Chew Jit Poh* memberi liputan yang lebih tinggi kepada berita Barisan Nasional-Pembangkang dibandingkan dengan akhbar-akhbar lain. Dalam *The Malay Mail* terdapat 24.4% liputan tentang Barisan Nasional-Pembangkang daripada keseluruhan liputan dalam akhbar itu, manakala *The Star* 18.5%, *The New Straits Times* 19.1% dan *Sin Chew Jit Poh* 13.2%.

Liputan Berita tentang Barisan Nasional

Sebanyak 1550 berita adalah berkaitan dengan Barisan Nasional atau parti-parti dalam komponen Barisan Nasional. Tiga buah parti utama dalam Barisan Nasional iaitu, UMNO, MCA dan MIC, mendapat perhatian penting. Pada keseluruhannya, liputan berita UMNO mendapat 40.4%, MCA 31.4% dan MIC 13.9%. Parti-parti komponen Barisan Nasional yang lain mendapat liputan yang kurang daripada itu, iaitu Gerakan 9.1% dan yang lainnya di bawah 3% (Lihat Jadual 3.5).

Perincian yang dibuat terhadap setiap akhbar mendapati empat buah akhbar memberi liputan melebihi 50% daripada berita yang tersiar dalam akhbar berkenaan berbanding dengan parti-parti lain. Akhbar-akhbar itu ialah *Berita Harian* 51.6%, *Utusan Malaysia* 75.8%, *Harian Kota* 58.8%, dan *The New Straits Times* 56.5%.

LIPUTAN AKHBAR TENTANG PILIHAN RAYA

Jadual 3.5 Liputan Berita tentang Parti Komponen Barisan Nasional

	Jumlah Berita	%
UMNO	626	40.4
MCA	487	31.4
MIC	201	13.0
GERAKAN	141	9.1
PBS	34	2.2
SNAP	20	1.3
USNO	15	1.0
SUPP	9	0.6
HAMIM	8	0.5
PBB	5	0.3
PPP	3	0.2
PBDS	1	0.1
Jumlah	1550	100.0

Demikian juga *Sin Chew Jit Poh* dan *Nanyang Siang Pau* memberi perhatian lebih kepada MCA dengan masing-masing menyiaran 58.4% dan 46.4% berita berkaitan parti itu, melebihi peratusan berita parti komponen Barisan Nasional yang lain yang tersiar dalam kedua-dua akhbar berkenaan. *The Malay Mail*, sebuah akhbar metropolitan memberi liputan 42.9% kepada berita MCA, manakala *The Star* 59.5%. Akhbar *Tamil Nesan* dan *Thinamani* pula masing-masing menyiaran 58.3% dan 43.9% berita MIC.

Pada amnya, bagi semua akhbar yang memberi liputan utama kepada parti MCA dan MIC, liputan yang kedua penting diberikan kepada UMNO. Pilihan ketiga bagi kebanyakan akhbar adalah antara MCA, MIC, Gerakan dan PBS. Liputan bagi parti-parti lain adalah kurang sekali (lihat Jadual 3.6).

Liputan Berita tentang Parti Pembangkang

Sebanyak 1075 berita adalah tentang parti pembangkang. Daripada jumlah ini cuma PAS dan DAP mendapat liputan yang tinggi. Pada keseluruhannya, PAS mendapat 42.6% dan DAP 44.0%. Selain kedua-dua parti ini, SDP mendapat 6.8% dan parti lain adalah pada sekitar 1% ke 2% sahaja.

Jadual 3.6 Peratusan Berita Parti Komponen Barisan Nasional dalam Setiap Akhbar

	UMNO %	MCA %	MIC %	Gerakan %	PPP %	PBS %	PBB %	PBDS %	HAMIM %	SNAP %	USNO %	SUPP %	Jumlah Berita
<i>Berita Harian</i>	51.6	20.5	3.3	3.3	0.0	5.7	0.8	0.8	1.6	3.3	4.1	4.9	122
<i>Utusan Malaysia</i>	75.8	12.9	3.2	1.6	0.0	2.7	0.5	0.0	1.6	1.1	0.0	0.5	186
<i>Harian Kota</i>	58.8	16.5	5.9	2.4	0.0	5.9	1.2	0.0	0.0	4.7	4.7	0.0	85
<i>The Malay Mail</i>	30.2	42.9	15.9	3.2	1.6	0.0	0.0	0.0	0.0	4.8	1.6	0.0	63
<i>The Star</i>	24.7	59.1	4.0	8.6	0.5	1.5	0.0	0.0	0.0	0.0	1.0	0.5	198
<i>New Straits Times</i>	56.5	20.1	4.7	9.8	0.5	3.7	0.9	0.5	0.5	0.5	1.9	0.5	214
<i>Sin Chew Jit Poh</i>	20.1	58.4	1.4	17.8	0.0	1.9	0.0	0.0	0.0	0.5	0.0	0.0	214
<i>Nanyang Siang Pau</i>	27.1	46.4	1.7	22.7	0.0	1.1	0.0	0.0	0.0	1.1	0.0	0.0	181
<i>Tamil Nesan</i>	28.3	7.8	58.3	3.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.6	1.7	0.0	0.0	180
<i>Thinamani</i>	37.4	12.1	43.9	6.5	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	107
Keseluruhan	40.4	31.4	13.0	9.1	0.2	2.2	0.3	0.1	0.5	1.3	1.0	0.6	1550

Jadual 3.7 Peratusan Berita tentang Parti Pembangkang dalam Setiap Akhbar

Akhbar	PAS %	DAP %	NASMA %	SDP %	PSRM %	Berjaya %	Pekerja %	Jumlah Berita
<i>Berita Harian</i>	63.5	25.8	1.3	4.4	0.6	1.3	3.1	159
<i>Utusan Malaysia</i>	72.7	19.3	0.7	2.7	2.7	0.7	1.3	150
<i>Harian Kota</i>	52.4	25.8	3.2	8.1	3.2	2.4	4.8	124
<i>The Malay Mail</i>	13.0	58.7	10.9	8.7	4.3	4.3	0.0	46
<i>The Star</i>	27.8	58.6	1.5	6.0	3.8	1.5	0.8	133
<i>New Straits Times</i>	52.3	33.7	1.7	8.1	2.9	1.2	0.0	172
<i>Sin Chew Jit Poh</i>	15.5	76.1	0.0	6.5	1.3	0.0	0.6	155
<i>Nanyang Siang Pau</i>	20.4	69.9	0.0	9.7	0.0	0.0	0.0	93
<i>Tamil Nesan</i>	16.7	25.0	8.3	25.0	0.0	0.0	25.0	12
<i>Thinamani</i>	16.1	71.0	0.0	12.9	0.0	0.0	0.0	31
Keseluruhan	42.6	44.0	1.7	6.8	2.1	1.1	1.7	1075

Perincian yang dibuat terhadap berita yang berkaitan parti pembangkang mendapat empat buah akhbar memberi liputan yang tinggi kepada PAS, iaitu *Berita Harian* (63.5%), *Utusan Malaysia* (72.7%), *Harian Kota* (52.4%) dan *The New Straits Times* (52.3%). Sebaliknya, empat buah akhbar lain memberi liputan yang lebih kepada DAP, iaitu *The Malay Mail* (58.7%), *The Star* (58.6%), *Sin Chew Jit Poh* (76.1%) dan *Nanyang Siang Pau* (69.9%). Bagi akhbar *Thinamani*, tumpuan liputannya ialah kepada DAP iaitu 71.0%. Bagaimanapun, *Tamil Nesan* membahagi liputannya antara DAP, SDP, dan Parti Pekerja masing-masing mendapat 25.0%. Pola liputan ini menunjukkan adanya kaitan dengan budaya dan khalayak yang membaca akhbar berkenaan. (Lihat Jadual 3.7)

Kecondongan Berita Antara Parti Pemerintah dan Pembangkang

Berita positif tentang parti pemerintah adalah lebih ketara dalam kesemua akhbar yang dikaji. Daripada 1857 item berita yang dikenal pasti ada kaitan dengan parti Barisan Nasional, 75.9% daripadanya adalah positif, 12.1% negatif dan 11.9% adalah neutral. Sebaliknya, berita berkenaan parti pembangkang pada amnya adalah berbentuk negatif. Daripada 1366 berita yang dikaji yang ada kaitan dengan parti pembangkang, sebanyak 68.6% daripadanya boleh dianggap negatif, 21.5% positif dan 9.9% neutral.

Pada amnya, semua akhbar yang dikaji menyiaran lebih banyak berita yang positif kepada Barisan Nasional iaitu parti pemerintah. Dari segi peratusan, kandungan berita positif untuk Barisan Nasional adalah tertinggi dalam akhbar *Tamil Nesan* iaitu 97.9%, manakala dalam *Utusan Malaysia* terendah iaitu 52.5%. Pada amnya berita yang boleh dianggap negatif kepada Barisan Nasional adalah kecil, dari segi peratusan, dalam semua akhbar berbanding dengan berita positif. Peratusan tertinggi berita negatif adalah dalam akhbar *Sin Chew Jit Poh* iaitu sebanyak 24.8% dan yang terendah ialah dalam *Tamil Nesan* 1.0%. Dari segi berita neutral, akhbar berbahasa Malaysia mempunyai peratusan lebih tinggi daripada akhbar-akhbar lain. Daripada berita yang berkaitan dengan Barisan Nasional, peratusan neutral dalam *Berita Harian* ialah 35.0%, *Utusan Malaysia* 44.0% dan *Harian Kota* 26.7%.

Jadual 3.8 Kecondongan Berita Parti Barisan Nasional dan Pembangkang

	Barisan Nasional	Pembangkang
	(N = 1857)	(N = 1366)
Positif	75.9	21.5
Negatif	12.2	68.6
Neutral	11.9	9.9
	100.0	100.0

Jadual 3.9 Kecondongan Berita Barisan Nasional Mengikut Akhbar

Akhbar	Positif %	Negatif %	Neutral %	Jumlah Berita
<i>Berita Harian</i>	62.2	2.8	35.0	180
<i>Utusan Malaysia</i>	52.5	3.5	44.0	200
<i>Harian Kota</i>	60.0	13.3	26.7	60
<i>The Malay Mail</i>	78.6	21.4	0.0	14
<i>The Star</i>	78.6	11.8	9.5	262
<i>New Straits Times</i>	87.9	8.3	3.8	314
<i>Sin Chew Jit Poh</i>	69.9	24.8	5.3	266
<i>Nanyang Siang Pau</i>	76.4	23.1	0.4	229
<i>Tamil Nesan</i>	97.9	1.0	1.0	194
<i>Thinamani</i>	81.2	18.8	0.0	138
Keseluruhan	75.9	12.1	11.9	1857

Jadual 3.10 Kecondongan Berita Parti Pembangkang Mengikut Akhbar

Akhbar	Positif %	Negatif %	Neutral %	Jumlah Berita
<i>Berita Harian</i>	5.5	67.6	26.9	145
<i>Utusan Malaysia</i>	4.1	72.1	23.8	147
<i>Harian Kota</i>	0.0	85.5	14.5	62
<i>The Malay Mail</i>	10.0	90.0	0.0	10
<i>The Star</i>	21.1	63.9	14.9	194
<i>New Straits Times</i>	18.9	76.2	5.0	281
<i>Sin Chew Jit Poh</i>	45.3	50.3	4.4	181
<i>Nanyang Siang Pau</i>	51.2	48.8	0.0	123
<i>Tamil Nesan</i>	7.4	92.6	0.0	108
<i>Thinamani</i>	27.8	71.3	0.9	115
Keseluruhan	21.5	68.6	9.9	1366

Pada amnya, hampir semua akhbar kurang menyiarakan berita positif bagi parti pembangkang. Namun demikian peratusan berita positif bagi parti pembangkang dalam dua buah akhbar adalah yang agak tinggi. Akhbar berkenaan ialah *Nanyang Siang Pau* yang memberi 51.2% dan *Sin Chew Jit Poh* 45.3%. Selain itu, akhbar *Thinamani* memberi 27.8% (Lihat Jadual 3.10).

Yang paling ketara ialah berita negatif. Hampir semua akhbar menyiarakan lebih banyak berita negatif yang berkaitan dengan parti pembangkang. Misalnya, akhbar *Tamil Nesan* menyiarakan 92.6% berita negatif daripada keseluruhan berita untuk parti pembangkang, yang tertinggi dibandingkan dengan akhbar lain. Akhbar *Nanyang Siang Pau*, yang menyiarakan agak banyak berita positif, iaitu sebanyak 51.2%, peratus berita negatif dalam akhbar itu ialah 48.8%, yang terendah dibandingkan dengan akhbar-akhbar lain. Sekali lagi akhbar berbahasa Melayu lebih banyak menyiarakan berita neutral berbanding dengan akhbar lain. Berita neutral dalam *Berita Harian* ialah 26.9%, *Utusan Malaysia* 23.8%, manakala *Harian Kota* dan *The Star* masing-masing pada 14.5% dan 14.9%.

Perbandingan Kecondongan Liputan Antara UMNO dan PAS

UMNO dan PAS ialah dua buah parti utama yang bermusuhan dalam arena politik. UMNO dan PAS cuba mendapat undi dari-pada kaum yang sama, iaitu kaum Melayu. Oleh yang demikian, pertarungan untuk undi orang Melayu adalah sengit antara dua buah parti utama ini, UMNO bagi pihak Barisan Nasional dan PAS pula di sebelah pembangkang.

UMNO adalah tulang belakang Barisan Nasional yang merupakan parti pemerintah. Justeru itu parti UMNO mendapat perhatian utama dalam liputan akhbar. Pada keseluruhannya terdapat 539 berita berkaitan UMNO dalam 10 buah akhbar yang dikaji. Daripada jumlah ini, 73.3% beritanya adalah positif terhadap UMNO, berbanding dengan 8.7% yang boleh dianggap negatif dan 18.0% neutral.

Dilihat secara terperinci liputan akhbar secara individu, 9 daripada 10 buah akhbar yang dikaji memberi liputan positif kepada UMNO melebihi 50%. Akhbar tertinggi memberi liputan positif ialah *Tamil Nesan*, iaitu 100.0%, tempat kedua ialah *Thina-*

mani iaitu 96.0%, *New Straits Times* 91.3%, *The Star* 70.2%, *Berita Harian* 51.3%, *Utusan Malaysia* 55.4%. Berita positif kepada UMNO dalam *Harian Kota* ialah sebanyak 33.3%. Namun perlu diingat jumlah berita tentang UMNO dalam *Harian Kota* cuma 18 buah, atau 3.3% daripada seluruh jumlah berita tentang UMNO.

Sebaliknya, hanya tiga buah akhbar yang boleh dikatakan memberi lebih liputan yang berkecondongan negatif kepada UMNO, iaitu *Sin Chew Jit Poh* (42.4%), *Nanyang Siang Pau* (40.0%) dan *The Malay Mail* (33.3%). Perlu diingat juga bahawa jumlah berita UMNO dalam *The Malay Mail* hanya 3 buah atau 0.6% daripada keseluruhan berita UMNO dalam 10 buah akhbar yang dikaji. Dalam *The Star*, akhbar yang boleh dianggap kritikal, peratus berita berkecondongan negatif kepada UMNO ialah sebanyak 21.3%.

Berita yang berkecondongan neutral terhadap UMNO terdapat banyak dalam *Berita Harian*, *Utusan Malaysia* dan *Harian Kota*, iaitu 43.6% bagi *Berita Harian*, 41.7% bagi *Utusan Malaysia* dan 61.1% bagi *Harian Kota* (Lihat Jadual 3.11).

Sebaliknya parti PAS mendapat liputan berita yang lebih banyak daripada parti UMNO dari segi jumlah, iaitu 609 berita berbanding dengan 539 berita yang diperoleh oleh parti UMNO. Bagaimanapun, sebanyak 75.5 % daripada berita yang tersiar tentang PAS boleh dianggap negatif kepada parti itu. Cuma 14.8% yang boleh dianggap positif dan 9.7% neutral.

Semua akhbar yang dikaji menyiarkan lebih banyak berita negatif terhadap PAS. Penyiaran berita negatif tertinggi ialah dalam *The Malay Mail* iaitu 100% berdasarkan kepada tiga berita tentang PAS yang tersiar di dalamnya. Penyiaran berita negatif terendah ialah dalam *Sin Chew Jit Poh* iaitu 55.3%. Kebanyakan akhbar yang lain melebihi 60% berita negatifnya terhadap PAS.

Akhbar yang memberi liputan positif yang agak tinggi kepada PAS ialah *Sin Chew Jit Poh* (42.1%), *Nanyang Siang Pau* 37.1%, *Tamil Nesan* (20.8%), dan *The Star* (20.9%). Tiga buah akhbar berbahasa Melayu memberi liputan positif yang kurang kepada berita PAS, iaitu *Berita Harian* (5.3%), *Utusan Malaysia* (3.7%) dan *Harian Kota* (2.6%).

Dua buah akhbar berbahasa Melayu memberi liputan neutral yang agak tinggi iaitu 25.3% oleh *Berita Harian* dan 18.5% oleh *Utusan Malaysia*. Akhbar lain memberi liputan neutral yang rendah (Lihat Jadual 3.12).

Jadual 3.11 Kecondongan Berita Tentang UMNO Mengikut Akhbar

Akhbar	Positif %	Negatif %	Neutral %	Jumlah Berita
<i>Berita Harian</i>	51.3	5.1	43.6	39
<i>Utusan Malaysia</i>	55.4	2.9	41.7	139
<i>Harian Kota</i>	33.3	5.6	61.1	18
<i>The Malay Mail</i>	66.7	33.3	0.0	3
<i>The Star</i>	70.2	21.3	8.5	47
<i>New Straits Times</i>	91.3	3.9	4.7	127
<i>Sin Chew Jit Poh</i>	54.5	42.4	3.0	33
<i>Nanyang Siang Pau</i>	60.0	40.0	0.0	20
<i>Tamil Nesan</i>	100.0	0.0	0.0	63
<i>Thinamani</i>	96.0	4.0	0.0	50
Keseluruhan	73.3	8.7	18.8	539

Jadual 3.12 Kecondongan Berita PAS Mengikut Akhbar

Akhbar	Positif %	Negatif %	Neutral %	Jumlah Berita
<i>Berita Harian</i>	5.3	69.5	25.3	95
<i>Utusan Malaysia</i>	3.7	77.8	18.5	108
<i>Harian Kota</i>	2.6	86.8	10.5	38
<i>The Malay Mail</i>	0.0	100.0	0.0	3
<i>The Star</i>	20.9	72.1	7.0	86
<i>New Straits Times</i>	15.3	82.0	2.7	150
<i>Sin Chew Jit Poh</i>	42.1	55.3	2.6	38
<i>Nanyang Siang Pau</i>	37.1	62.9	0.0	35
<i>Tamil Nesan</i>	20.8	79.2	0.0	24
<i>Thinamani</i>	15.6	84.4	0.0	32
 Keseluruhan	 14.8	 75.5	 9.7	 609

Jadual 3.13 Kecondongan Berita UMNO dan PAS mengikut Aliran Bahasa Akhbar

Aliran Bahasa	Positif %		Negatif %		Neutral %		Jumlah Berita	
	UMNO	PAS	UMNO	PAS	UMNO	PAS	UMNO	PAS
Melayu	52.6	4.1	3.6	75.9	43.9	19.9	196	241
Inggeris	85.3	17.2	9.0	78.8	5.6	4.2	177	239
Cina	56.6	39.7	41.5	58.9	1.9	1.4	53	73
Tamil	98.2	17.9	1.8	82.1	0.0	0.0	113	56
 Keseluruhan	 73.3	 14.8	 0.79	 75.7	 18.0	 9.7	 539	 609

Apabila perbandingan dibuat mengenai kecondongan liputan terhadap sesuatu parti mengikut aliran bahasa akhbar hasilnya jelas menunjukkan bahawa kesemua aliran bahasa memberi liputan positif yang tinggi kepada UMNO, dan negatif yang tinggi kepada PAS. Sebalik, semua aliran bahasa memberi liputan negatif yang rendah kepada UMNO, dan positif yang rendah kepada PAS. Kecuali akhbar berbahasa Melayu yang memberi liputan neutral yang tinggi kepada UMNO dan juga PAS, akhbar-akhbar berbahasa lain memberikan liputan neutral yang rendah kepada kedua-dua parti itu (Lihat Jadual 3.13).

Perbandingan Kecondongan Liputan Berita Antara MCA dan DAP

MCA dan DAP ialah dua buah parti yang berseteru dari segi politik. Kedua-dua parti ini cuba mendapat undi daripada kaum Cina. MCA berusaha mendapatkan undi untuk Barisan Nasional, manakala DAP terletak di pihak pembangkang. Kedua-dua parti ini berperang sengit. DAP terpaksa menumpas calon MCA untuk memperoleh hasratnya untuk menambah wakil di Parlimen. Ketewasan calon MCA bermakna pula bahawa suara parti itu dalam Barisan Nasional akan berkurangan.

Lebih banyak berita yang melapor tentang parti DAP berbanding dengan parti MCA. Liputan yang mengaitkan DAP berjumlah 646 berita manakala lawannya cuma 519 berita. Daripada sejumlah 646 berita tentang DAP yang tersiar dalam akhbar yang dikaji, 64.9% adalah berbentuk negatif, 27.6% positif dan 7.6% berbentuk neutral. Sebaliknya, daripada sejumlah 519 berita tentang MCA yang tersiar dalam akhbar yang dikaji, 83.6% merupakan berita positif kepada parti itu, manakala 9.1% boleh dianggap negatif dan 7.3% neutral.

Perincian yang dibuat terhadap liputan 10 buah akhbar secara individu mendapati bahawa hampir kesemua akhbar memberi liputan positif yang tinggi kepada parti MCA, kecuali akhbar *Berita Harian* dan *Harian Kota*. *Berita Harian* memberi liputan positif 36.8% dan *Harian Kota* 42.9%. Sebuah lagi akhbar berbahasa Melayu, *Utusan Malaysia* memberi tekanan liputan 52.9%. Bagaimanapun, harus diingat bahawa ketiga-tiga akhbar berbahasa Melayu ini mempunyai jumlah berita yang tidak banyak sangat berbanding dengan akhbar lain (Lihat Jadual 3.14). Akhbar yang

banyak melaporkan berita tentang MCA dan memberi liputan positif ialah *Sin Chew Jit Poh* iaitu 81.3%, dan *Nanyang Siang Pau*, 84.8%. Daripada jumlah berita yang tersiar dalam akhbar *The New Straits Times*, 86.8% adalah positif kepada MCA, dalam *Tamil Nesan* 95.6% dan dalam *Thinamani* 100%.

Jadual 3.14 Kecondongan Berita MCA Mengikut Akhbar

Akhbar	Positif %	Negatif %	Neutral %	Jumlah Berita
<i>Berita Harian</i>	36.8	0.0	63.2	19
<i>Utusan Malaysia</i>	52.9	5.9	41.2	1
<i>Harian Kota</i>	42.9	14.3	42.9	7
<i>The Malay Mail</i>	100.0	0.0	0.0	3
<i>The Star</i>	87.8	4.1	8.1	123
<i>New Straits Times</i>	86.8	9.2	3.9	76
<i>Sin Chew Jit Poh</i>	81.3	17.8	0.9	107
<i>Nanyang Siang Pau</i>	84.8	15.2	0.0	92
<i>Tamil Nesan</i>	95.6	0.0	4.4	45
<i>Thinamani</i>	100.0	0.0	0.0	30
Keseluruhan	83.6	9.1	7.3	519

Walaupun peratus berita negatif terhadap MCA rendah dalam dua buah akhbar Cina iaitu *Sin Chew Jit Poh* (17.8%) dan *Nanyang Siang Pau* (15.2%) berbanding dengan berita positifnya terhadap parti itu, peratusan negatif dalam akhbar lain adalah rendah. Sebaliknya, akhbar berbahasa Melayu memberi liputan neutral yang tinggi, melebihi 40%, berbanding dengan akhbar lain.

Perincian yang dibuat terhadap berita tentang DAP menunjukkan bahawa semua akhbar, kecuali *Nanyang Siang Pau*, memberi liputan negatif yang tinggi kepada berita tentang DAP. Peratusan liputan negatif dalam *Nanyang Siang Pau* berjumlah 48.8%, adalah lebih rendah dibandingkan dengan liputan dalam akhbar lain.

Dari segi berita positif kepada berita DAP hanya *Nanyang Siang Pau* melebihi 50%, iaitu 51.3%. *Sin Chew Jit Poh*, sebuah lagi akhbar berbahasa Cina, memberi liputan 42.4%, manakala akhbar berbahasa Tamil, *Thinamani* memberi liputan 37.3%.

Jadual 3.15 Kecondongan Berita DAP Mengikut Akhbar

Akhbar	Positif %	Negatif %	Neutral %	Jumlah Berita
<i>Berita Harian</i>	28	52.8	44.4	36
<i>Utusan Malaysia</i>	7.4	59.3	33.3	27
<i>Harian Kota</i>	0.0	86.7	13.3	15
<i>The Malay Mail</i>	0.0	100.0	0.0	2
<i>The Star</i>	20.2	66.9	12.9	124
<i>New Straits Times</i>	18.3	78.6	3.1	131
<i>Sin Chew Jit Poh</i>	42.4	56.3	1.3	151
<i>Nanyang Siang Pau</i>	51.3	48.8	0.0	80
<i>Tamil Nesan</i>	6.9	93.1	0.0	29
<i>Thinamani</i>	37.3	62.7	0.0	51
Keseluruhan	27.6	64.6	7.6	646

Sebaliknya, akhbar berbahasa Melayu memberi liputan neutral yang agak tinggi berbanding dengan akhbar lain, iaitu *Berita Harian* 44.4% dan *Utusan Malaysia* 33.3%. (Lihat Jadual 3.15).

Apabila aliran bahasa akhbar digabungkan, dapatlah dilihat bahawa akhbar bahasa Inggeris dan bahasa Cina memberi liputan yang tinggi kepada berita MCA dan DAP. Akhbar bahasa Melayu dan Tamil memberi liputan tidak sampai separuh daripada apa yang diberikan oleh akhbar bahasa Inggeris dan Cina.

Kesemua aliran bahasa, kecuali bahasa Melayu, memberi liputan positif yang tinggi kepada MCA, iaitu 82.9% yang terendah bagi aliran Cina dan 97.3% aliran Inggeris. Aliran bahasa Melayu cuma memberi liputan positif sebanyak 44.2%. (Lihat Jadual 3.16).

Sebaliknya, kesemua aliran bahasa akhbar memberikan liputan positif yang rendah kepada DAP. Namun demikian, akhbar aliran Cina memberi liputan yang lebih tinggi daripada akhbar aliran bahasa lain, iaitu 45.5%. DAP mendapat liputan negatif yang tinggi dalam semua akhbar, yang pada keseluruhannya ialah 64.9%.

Bagi liputan neutral, cuma akhbar bahasa Melayu memberi liputan neutral yang tinggi kepada MCA dan DAP.

Jadual 3.16 Kecondongan Berita MCA dan DAP mengikut Aliran Bahasa Akhbar

	Positif %		Negatif %		Neutral %		Jumlah Berita	
	MCA	DAP	MCA	DAP	MCA	DAP	MCA	DAP
B. Melayu	44.2	3.1	4.7	51.5	51.2	34.6	43	78
B. Inggeris	85.6	19.1	5.9	73.3	6.4	7.8	202	257
B. Cina	82.9	45.5	16.6	53.7	0.5	0.9	199	231
B. Tamil	97.3	26.3	0.0	73.7	2.7	0.0	75	80
Keseluruhan	83.6	27.6	9.1	64.9	7.3	7.6	519	646

RUMUSAN

Pada amnya, hampir kesemua akhbar yang dikaji memberi liputan yang banyak kepada pilihan raya umum 1986, kecuali *The Malay Mail* dan *Thinamani*. Akhbar-akhbar juga turut memberi perhatian yang lebih kepada perkara yang digerakkan oleh parti politik seperti ceramah, sidang akhbar, peristiwa, dan kenyataan akhbar. Jumlah liputan ini melebihi 50%. Namun, inisiatif para wartawan seperti mencari berita sendiri adalah agak sederhana iaitu 20%.

Pada keseluruhannya, semua akhbar memberi perhatian yang utama kepada berita yang bersumberkan Barisan Nasional. Pada amnya, sebanyak 76.1% berita adalah berpunca daripada Barisan Nasional, manakala parti-parti pembangkang cuma 21.3%. Ini adalah kerana Barisan Nasional ialah parti yang memerintah. Barisan Nasional, sama ada melalui badan kerajaan atau parti komponennya, menguasai beberapa buah akhbar terkemuka. Ini memberi gambaran liputan yang tidak seimbang tentang pilihan raya.

Begitu juga halnya dengan liputan berita. Barisan Nasional mendapat liputan berita 55.8% dalam akhbar-akhbar yang dikaji berbanding dengan 31.5% untuk parti-parti pembangkang. Jika sumber berita diambil kira, dapatlah dilihat bahawa, ada berita yang berhubung dengan parti pembangkang berpunca daripada Barisan Nasional, dan lazimnya berita ini tidak sesuatu yang menggembirakan parti pembangkang.

Pada amnya, parti UMNO mendapat 40.4% daripada keseluruhan berita yang diperoleh oleh Barisan Nasional, MCA 31.4%, dan MIC 13.0%, dan Parti Gerakan mendapat 9.1%. Sementara parti-parti lain dalam Barisan Nasional kurang mendapat liputan berita iaitu kurang daripada 3%. Ini bermakna bahawa cuma parti-parti utama saja yang mendapat perhatian utama. Ini tidak dapat dielakkan kerana pemimpin utama Barisan Nasional terdiri daripada anggota parti utama, dan mereka lah yang diberi perhatian utama.

Beberapa sebab boleh dibuat daripada tumpuan liputan berita kepada UMNO, MCA, dan MIC berbanding dengan parti-parti komponen Barisan Nasional yang lain. Pertama sekali, ketiga-tiga parti ini ialah parti utama dalam Barisan Nasional, yang lainnya ialah parti-parti kecil atau sederhana. Oleh kerana kesemua 10 buah akhbar yang dikaji adalah akhbar yang berpusat di Kuala

Lumpur, perhatian utama akhbar-akhbar adalah kepada berita untuk khalayak di Kuala Lumpur atau Semenanjung Malaysia. Manakala parti-parti komponen Barisan Nasional di Sabah dan Sarawak kurang mendapat liputan berita.

Besar kemungkinan jika kajian dibuat terhadap akhbar-akhbar di Sabah dan Sarawak, tumpuan akan lebih banyak kepada berita parti-parti komponen Barisan Nasional di kedua-dua negeri itu. Ini ada kaitan dengan soal kedekatan (proximity). Seperkara lagi yang ternyata tentang liputan berita terhadap parti ialah khalayak yang membaca akhbar. Pada amnya orang Melayu membaca akhbar berbahasa Melayu, yang memberi lebih liputan kepada parti UMNO, orang Cina membaca akhbar berbahasa Cina, yang memberi lebih liputan kepada parti MCA, manakala orang India membaca akhbar berbahasa Tamil yang memberi lebih liputan kepada parti MIC.

Perhatian yang lebih rapat terhadap liputan setiap akhbar menunjukkan satu pola budaya tentang liputan berita. Akhbar *Berita Harian*, *Utusan Malaysia*, *Harian Kota*, dan *New Straits Times*, memberi lebih tumpuan kepada UMNO. Kecuali *New Straits Times*, tiga akhbar lagi mempunyai jumlah pembaca Melayu yang tinggi. Akhbar *The Malay Mail*, *The Star*, *Sin Chew Jit Poh*, dan *Nanyang Siang Pau* memberi liputan kepada MCA. Tumpuan berita MCA oleh akhbar *The Malay Mail* dapat difahami kerana *The Malay Mail* sebuah akhbar yang bercorak metropolitan. Dua buah akhbar Tamil, iaitu *Tamil Nesan* dan *Thinamani*, memberi perhatian yang tinggi kepada MIC.

Di kalangan parti pembangkang, DAP dan PAS mendapat perhatian utama oleh akhbar-akhbar yang dikaji. Malah liputan berita yang diterima oleh DAP dan PAS adalah melebihi daripada berita UMNO dan MCA sebagai parti individu. Dari segi jumlah keseluruhannya, DAP mendapat liputan berita 44.0% dan PAS mendapat 42.4%. *Berita Harian*, *Utusan Malaysia* dan *Harian Kota* dan *New Straits Times* memberi lebih liputan kepada PAS berbanding dengan DAP. Manakala *The Malay Mail*, *The Star*, *Sin Chew Jit Poh*, *Nanyang Siang Pau*, dan *Thinamani* memberi liputan yang lebih besar kepada DAP berbanding dengan PAS. Liputan Tamil *Nesan* terhadap DAP dan PAS tidaklah begitu ketara perbezaannya.

Perbandingan terhadap kecondongan berita nampak ketara bahawa parti pemerintah mendapat liputan positif yang lebih

banyak daripada parti pembangkang. Sebaliknya, parti pembangkang mendapat kadar liputan negatif yang lebih tinggi daripada parti pemerintah, manakala berita neutral adalah sama. Perincian yang dibuat terhadap setiap akhbar menunjukkan bahawa semua akhbar memberi liputan positif yang tinggi kepada berita parti pemerintah. Jika diteliti liputan berita negatif parti pemerintah, didapati bahawa peratus terendah ialah 1% oleh *Tamil Nesan* dan *Berita Harian* 2.8%, manakala yang tertinggi ialah 23.1% oleh *Nanyang Siang Pau* dan 24.8% oleh *Sin Chew Jit Poh*.

Sebaliknya semua akhbar, kecuali *Nanyang Siang Pau*, memberi liputan negatif yang tinggi terhadap berita parti pembangkang. Liputan negatif kepada parti pembangkang dalam *Nanyang Siang Pau* berjumlah 48.8%, dan liputan positif kepada parti pembangkang dalam akhbar itu berjumlah 51.2%. Hampir semua akhbar lain memberi liputan positif yang rendah kepada parti pembangkang, kecuali *Sin Chew Jit Poh*, yang memberi 45.3% iaitu yang tertinggi. Bagaimanapun, pada amnya, liputan terhadap pembangkang adalah 68.6% negatif berbanding 21.5% positif.

Di kalangan parti yang berteraskan Melayu, semua akhbar memberi liputan positif yang tinggi kepada UMNO, iaitu 73.3%, berbanding dengan liputan negatif sebanyak 8.7%, dan neutral sebanyak 18%. Sebaliknya, PAS mendapat hanya 14.8% liputan positif, dan 75.4% negatif, dan 9.8% neutral. Walaupun PAS mendapat liputan yang banyak, malah lebih banyak daripada UMNO, liputannya lebih memberi gambaran yang negatif kepada parti PAS.

Antara dua buah parti besar Cina, iaitu MCA dan DAP, DAP mendapat lebih banyak liputan, tetapi parti MCA mendapat liputan positif oleh akhbar sebanyak 83.5%, liputan negatif hanya 9.2% dan neutral 7.5%. Sebaliknya, DAP mendapat 27.6% liputan positif, dan 64.9% negatif, dan 7.6% neutral.

Apa yang menarik dalam liputan antara MCA dan DAP ialah dua buah akhbar Cina, *Sin Chew Jit Poh* dan *Nanyang Siang Pau* memberi liputan yang agak seimbang terhadap DAP. *Sin Chew Jit Poh* memberi 42.4% liputan positif, dan 56.3% negatif terhadap DAP, manakala *Nanyang Siang Pau* memberi 51.3% liputan positif dan 48.8% liputan negatif terhadap parti berkenaan. Selain itu, juga menarik ialah kedua-dua akhbar Cina ini memberi liputan yang agak seimbang, berbanding dengan akhbar lain, terhadap PAS. *Sin Chew Jit Poh* memberi 42.1% liputan positif dan 55.3%

liputan negatif terhadap PAS, manakala Nanyang Siang Pau memberi 37.1% liputan positif dan 62.9% liputan negatif terhadap parti itu. Ini mungkin dalam pilihan raya kali ini kaum Cina cuba ditarik oleh PAS melalui CCC.

Pada amnya, kajian yang dibuat terhadap 10 buah akhbar menunjukkan bahawa akhbar-akhbar ini memberi liputan yang lebih besar kepada parti-parti yang menyokong pemerintah, dan berita-berita yang digunakan dari segi positifnya melebihi pihak Barisan Nasional manakala parti pembangkang mendapat liputan yang pada amnya negatif.

BAB 4

KAJIAN IMEJ SEORANG PEMIMPIN

PENGENALAN

Kajian ini bertujuan untuk melihat bagaimana akhbar menonjolkan imej dan ketokohan seorang pemimpin. Untuk tujuan kajian ini dua buah akhbar telah dipilih iaitu *Berita Harian* dan *The Star*. Pemimpin yang dipilih untuk dikaji ialah Timbalan Perdana Menteri, Encik Abdul Ghafar bin Baba. Antara perkara yang dilihat dalam kajiannya ini ialah bagaimana menonjolnya imej dan ketokohan Encik Ghafar apabila membaca laporan-laporan akhbar itu, dan tumpuan khas yang diberikan kepada Encik Ghafar semasa menyampaikan berita tentang tokoh ini dalam akhbar.

Encik Ghafar ialah seorang tokoh politik veteran, dan merupakan satu-satunya pemimpin yang terus-menerus menjadi wakil rakyat sejak pilihan raya umum pertama pada tahun 1955. Beliau memegang berbagai-bagai jawatan penting dalam parti dan juga menteri kabinet. Bagaimanapun pada tahun 1976, berikutnya satu rombakan kabinet beliau tidak menyertai kabinet Datuk Hussein Onn walaupun ditawarkan portfolio Menteri Pertanian. Beliau yang ketika itu memegang jawatan Naib Presiden UMNO dan Setiausaha Agung Barisan Nasional meneroka bidang baru, iaitu bidang perniagaan. Sepuluh tahun kemudian, iaitu pada tahun 1986, beliau kembali aktif dalam politik kerajaan apabila beliau dilantik menjadi Timbalan Perdana Menteri menggantikan Dato' Musa Hitam yang meletak jawatan.

Pilihan raya umum diadakan pada 2 dan 3 Ogos 1986. Dalam tempoh inilah ketokohan Encik Ghafar menonjol dalam liputan media. Sebagai pemimpin kedua tertinggi dalam kerajaan Barisan

Nasional, beliau mendapat perhatian yang banyak, selepas Perdana Menteri, Dato' Seri Dr. Mahathir Mohamad, yang juga Presiden UMNO dan Pengerusi Barisan Nasional. Persediaan pilihan raya, ceramah, kempen dan sebagainya melibatkan Encik Ghafar.

Kajian ini memilih akhbar *Berita Harian* dan *The Star* memandangkan kedua-dua akhbar ini merupakan akhbar yang agak berpengaruh dan luas pengedarannya, khususnya di Semenanjung Malaysia. *Berita Harian* ialah sebuah akhbar yang dikuasai oleh UMNO, manakala *The Star* dimiliki oleh sebuah syarikat yang dikuasai oleh MCA.

Kaedah

Kajian ini menggunakan kaedah analisis isi kandungan. Tempoh kajian adalah dari bulan Mac hingga Ogos 1986, iaitu sejak Encik Ghafar aktif semula dalam arena politik nasional. Semua berita yang disiarkan dalam kedua-dua akhbar tersebut yang melibatkan Encik Ghafar dikaji. Pada peringkat awal kajian iaitu pada bulan Mac 1986, berita tentang Encik Ghafar masih kurang lagi, iaitu cuma lima buah. Berita Encik Ghafar bertambah banyak dan sampai ke kemuncaknya apabila beliau dilantik menjadi Timbalan Perdana Menteri pada bulan Mei 1986. Selepas itu liputan berita tentangnya barulah seperti biasa.

Untuk kajian ini, item (iaitu satu berita) digunakan sebagai unit paling kecil untuk menganalisis liputan berita tentang Encik Ghafar. Setiap item berita dilihat secara menyeluruh untuk mengkodekan kategorinya. Jika terdapat masalah, perhatian diitumpukan kepada tiga perenggan pertama berita tersebut dan kategorinya ditetapkan berdasarkan kepada tiga perenggan pertama itu. Teknik *Budd Score* digunakan untuk mengkaji liputan berita Encik Ghafar dengan lebih menyeluruh.

Keputusan

Sebanyak 264 item berita tentang Encik Ghafar dikenal pasti dalam kedua-dua akhbar ini. *The Star* menggunakan sebanyak 142 item berita atau 53.8% daripada keseluruhan berita, manakala *Berita Harian* sebanyak 122 item berita atau 46.2%.

Kedua-dua akhbar lebih banyak melaporkan berita politik

berbanding dengan berita-berita lain. Hasil kajian menunjukkan bahawa sebanyak 132 item berita atau 50% daripada bilangan berita yang dikaji ialah berita politik. Ini diikuti oleh berita sosial iaitu sebanyak 36 item berita atau 13.6% daripada jumlah berita. Kebanyakan berita sosial menyentuh tentang perpaduan negara, masalah setinggan, kebudayaan, kemudahan asas dan pendidikan. Kedua-dua akhbar banyak memberi liputan tentang perkara yang disebut di atas kerana tempoh kajian ini juga merupakan masa kempen pilihan raya 1986.

Kategori berita ekonomi pula merupakan kategori yang menduduki tempat ketiga dari segi keutamaan, iaitu sebanyak 29 berita atau 11%. Berita-berita ini adalah tentang Encik Ghafar yang banyak menyentuh mengenai perindustrian, perdagangan dan Dasar Ekonomi Baru. Dasar Ekonomi Baru merupakan tajuk yang hangat diperbincangkan pada masa itu kerana terdapat perbahasan sama ada dasar ini patut dilanjutkan tempohnya setelah berakhir pada tahun 1990. Encik Ghafar telah memberi jaminan kepada kaum lain bahawa kepentingan mereka tidak akan diabaikan oleh kerajaan jika Dasar Ekonomi Baru dilanjutkan. Oleh itu liputan berita tentang Dasar Ekonomi Baru adalah meluas.

Imej

Sebanyak 227 item daripada berita yang dikaji dalam kedua-dua akhbar tersebut dikenal pasti menggambarkan imej Encik Ghafar. Sebahagian besar daripada 227 item ini iaitu 216 item berita atau 95.2% memberi gambaran positif terhadap Encik Ghafar. Hanya 10 item berita atau 4.4% daripada berita yang dikaji boleh dianggap negatif. Terdapat sebuah berita yang boleh dianggap menggambarkan imej neutral atau 0.44% (Lihat Jadual 4.1).

Jika gambaran imej ini dilihat pada akhbar individu, gambarannya boleh dikatakan sama saja. Dari segi jumlah berita, akhbar *The Star* melebihi sedikit daripada Berita Harian, tetapi dari segi peratusannya hampir sama, khususnya berita positif dan negatif. Dalam *Berita Harian* terdapat 95 berita atau 95% berita yang memberi imej positif kepada Encik Ghafar. Dalam *The Star* terdapat 121 berita atau 95.3% yang memberi imej positif kepada Encik Ghafar. Dalam hal ini perbezaannya tidak ketara dalam liputan yang memberi gambaran positif kepada Encik Ghafar.

Jadual 4.1 Gambaran Imej Encik Ghafar Baba dalam *Berita Harian* dan *The Star*

	<i>Berita Harian</i> (N = 100)	<i>The Star</i> (N = 127)	Keseluruhan (N = 227)
	%	%	%
Positif	95.0	95.3	95.2
Negatif	4.0	4.7	4.4
Neutral	1.0	4.4	0.4
	100.0	100.0	100.0

Dari segi imej negatif, didapati jumlah berita dalam *The Star* ialah enam atau 4.7%, manakala dalam *Berita Harian* ialah empat berita atau 4%. Ini menunjukkan bahawa *The Star* menyiarkan lebih sedikit sahaja berita negatif. Gambaran imej positif Encik Ghafar banyak terpancar dalam berita yang menyokong pendirian, pandangan, pendapat, cadangan, yang dikemukakan oleh beliau. Pendirian beliau yang mengambil kira semua golongan termasuk golongan luar bandar dan bandar serta semua kaum telah banyak menyumbang kepada peningkatan imej positif beliau.

Kedudukan Berita

Menurut kaca mata akhbar, kepentingan sesuatu berita boleh dilihat dari segi kedudukan sesuatu berita. Perkara ini boleh dilihat sama ada berkenaan akhbar meletakkan berita tersebut di muka depan, di dalam atau di sudut yang terpencil. Kedudukan berita ini dapat menunjukkan sama ada berita ini dapat menunjukkan sama ada utama atau sekadar berita penyendal (atau berita kecil). Oleh yang demikian satu perincian tentang kedudukan di mana letaknya sesuatu berita itu mungkin boleh menjelaskan lagi sejauh mana pentingnya ketokohan seseorang seperti Encik Ghafar kepada kedua-dua akhbar yang dikaji.

Pada keseluruhannya sejumlah 58.7% berita tentang Encik Ghafar menjadi berita utama (10.6% di muka depan dan 48.1% di muka lain). Sebanyak 37.1% merupakan berita tidak utama (25.7% di muka depan dan 11.4% di muka lain). Cuma 4.2% sahaja berita tentang beliau menjadi berita ringkas. Dilihat dari segi lain pula, berita muka depan sahaja (berita utama dan tidak utama) ber-

jumlah 36.3%, ini bermakna lebih satu pertiga berita tentang Encik Ghafar terletak di muka depan. Ini jelas menunjukkan Encik Ghafar adalah personaliti yang penting kepada kedua-dua akhbar ini pada keseluruhannya (Lihat Jadual 4.2).

Jadual 4.2 Kedudukan Berita Encik Ghafar Baba dalam *Berita Harian* dan *The Star*

Kedudukan Berita	<i>Berita Harian</i> (N = 122) %	<i>The Star</i> (N = 142) %	Keseluruhan (N = 264) %
Berita utama muka depan	14.8	7.0	10.6
Berita tidak utama muka depan	18.0	32.4	25.7
Berita utama muka lain	49.2	47.2	48.1
Berita tidak utama muka lain	18.0	5.6	11.4
Berita ringkas	0.0	7.8	4.2
Jumlah	100.0	100.0	100.0

Secara individu, kedudukan berita Encik Ghafar dalam akhbar *Berita Harian* 14.8% sebagai berita utama muka depan, berbanding dengan 7.0% dalam akhbar *The Star*; iaitu suatu kelebihan kepada *Berita Harian*. Sebagai berita tidak utama di muka depan, dalam *Berita Harian* terdapat 18.0% dan *The Star* hampir satu pertiga atau lebih tepat 32.4%; iaitu suatu kelebihan kepada *The Star*. Manakala berita utama di muka lain, dalam *Berita Harian* terdapat 49.2% dan *The Star* 47.2%, suatu perbezaan yang kecil. *Berita Harian* tidak mempunyai berita kecil berbanding dengan *The Star* yang berjumlah 7.8%. Jika berita utama sahaja diambil kira (muka depan dan muka lain) jumlah dalam *Berita Harian* ialah 64.0% dan dalam *The Star* 51.2% -- kedua-duanya memberi perhatian penting dengan kelebihan kepada *Berita Harian*.

Penggunaan Gambar

Gambar memainkan peranan dalam sesebuah berita. Dalam hal tertentu, gambar boleh menceritakan banyak perkara dengan lebih

baik daripada perkataan. Oleh hal yang demikian berita yang disertakan dengan gambar lebih menarik daripada berita yang menggunakan perkataan saj�. Bagaimanapun, bukan semua berita memerlukan gambar. Dalam kajian ini didapati sebanyak 92 buah berita (34.8%) daripada jumlah berita yang dikaji menggunakan gambar. *The Star* menggunakan lebih banyak gambar dalam liputan berita mengenai Encik Ghafar. *The Star* menggunakan gambar dalam 55 berita atau 38.7% daripada liputannya. Manakala *Berita Harian* hanya menggunakan gambar dalam 37 berita (30.3%) daripada liputannya (Lihat Jadual 4.3).

Jadual 4.3 Kedudukan Gambar Encik Ghafar Baba dalam *Berita Harian* dan *The Star*

	<i>Berita Harian</i> (N = 122)	<i>The Star</i> (N = 142)	Jumlah (N = 264)
	%	%	%
Bergambar	30.3	38.7	34.8
Tidak Bergambar	69.7	61.3	65.2
Jumlah	100.0	100.0	100.0

Dari segi kedudukan gambar, *Berita Harian* lebih banyak meletakkan gambar Encik Ghafar di muka depan, iaitu sebanyak 15 berita. Manakala *The Star* hanya menggunakan gambar Encik Ghafar di muka depan dalam 5 berita (10.1%) daripada liputannya. *The Star* lebih banyak menggunakan gambar di muka dalam. Sebanyak 50 berita (90.9%) daripada berita bergambar ialah berita muka dalam, manakala dalam *Berita Harian*, 20 berita (57%) yang disertakan dengan gambar ialah berita di muka dalam. Oleh yang demikian bolehlah dirumuskan bahawa *The Star* lebih banyak membuat liputan mengenai Encik Ghafar dengan menggunakan gambar tetapi gambarnya diletakkan di muka dalam.

Personaliti Positif

Bahagian ini cuba menganalisis personaliti Encik Ghafar yang memberi kekuatan kepada ketokohan beliau. Oleh kerana hampir keseluruhan berita menggambarkan personaliti positif, maka analisis ini ditumpukan kepada personaliti itu. Ciri personaliti Encik

Ghafar yang terpancar dalam kedua-dua akhbar itu adalah adil, sederhana (termasuk sabar, bertolak-ansur), berpengalaman, cekap, berwibawa (penuh keyakinan), bersikap liberal, dan kuat bekerja (termasuk dedikasi).

Jadual 4.4 Ciri-Ciri Personaliti Positif Encik Ghafar Baba dalam *Berita Harian* dan *The Star*

Ciri Personaliti	Jumlah Berita	%
Sederhana	58	26.8
Adil	35	16.2
Berpengalaman	33	15.3
Berwibawa	29	13.4
Cekap	20	9.3
Tegas	16	7.4
Kuat Bekerja	13	6.0
Bersikap Liberal	12	5.6
Jumlah	216	100.0

Tiga ciri positif yang utama mengenai Encik Ghafar yang dapat dilihat daripada kajian ini ialah beliau seorang yang sederhana, adil dan berpengalaman. Ketiga-tiga ciri ini melebihi 50%. Beliau juga dilihat sebagai cekap, kuat bekerja, berwibawa, dan liberal (Lihat Jadual 4.4).

Semasa kempen pilihan raya, beliau digambarkan sebagai seorang yang sederhana seperti berpakaian secara sederhana untuk berkempen kepada golongan luar bandar. Beliau juga sanggup duduk bersama-sama dengan mereka untuk mendengar masalah serta menerangkan kepada mereka mengenai isu dan dasar kerajaan. Dengan sikapnya yang sederhana beliau mudah mendekati semua golongan khasnya golongan bawahan.

Memang tidak dapat dinasikan bahawa Encik Ghafar memang merupakan seorang pemimpin yang berpengalaman. Dalam ucapan tahniah kepada beliau selepas dilantik sebagai Timbalan Perdana Menteri, ramai ahli politik bersetuju bahawa perlantikan beliau adalah wajar kerana beliau merupakan seorang pemimpin yang berpengalaman.

Selain itu, Encik Ghafar digambarkan sebagai seorang ahli politik yang adil kerana memberi perhatian kepada kebijakan dan kepentingan semua kaum termasuk kaum Cina. Pengumuman be-

liau bahawa kerajaan akan melanjutkan pemilikan tanah dari 30 tahun hingga 60 tahun untuk penduduk kampung baru mendapat sokongan MCA dan kaum Cina keseluruhannya. Encik Ghafar dilaporkan mempunyai hubungan yang baik dengan kaum lain. Oleh itu liputan berita mengenainya kebanyakannya adalah positif.

Personaliti utama Encik Ghafar yang dapat dikenal pasti dalam liputan berita jelas menunjukkan bahawa beliau adil, sederhana, dan berpengalaman. Ciri-ciri ini yang ditonjolkan dalam liputan berita oleh kedua-dua akhbar telah memberi kelebihan kepada imej dan ketokohan Encik Ghafar Baba.

Keutamaan Berita

Satu teknik yang diperkenalkan oleh Budd, yang dikenali sebagai *Budd Score*, digunakan dalam kajian ini. Tujuannya adalah untuk menentukan akhbar mana yang memberi lebih keutamaan mengenai berita Encik Ghafar. Berdasarkan kepada beberapa ciri tertentu seperti saiz berita, gambar dan kedudukannya sama ada terletak di bahagian atas liputan atau di bawah liputan, setiap berita diberi mata dari yang terendah iaitu kosong dan yang tertinggi iaitu 5 mata. Kemudian berita-berita ini dikenal pasti, dan bagi setiap berita tersebut dikali dengan nilai mata yang dikategorikan. Lebih banyak bilangan berita dengan nilai yang tinggi, menunjukkan lebih tinggi keutamaan yang diberikan oleh akhbar. Hasilnya sebagai yang dapat dilihat dalam Jadual 4.5.

Dengan berpandukan Jadual 4.5, skor bagi kedua-dua akhbar ialah 596 bagi jumlah berita 264. Secara individu, akhbar *The Star* memperoleh 343 bagi jumlah berita 142, dan bagi *Berita Harian* skornya ialah 253 daripada jumlah berita 122. Untuk membolehkan dilihat keutamaan yang diberikan kepada liputan berita bagi tiap-tiap akhbar, pembahagian dibuat antara nilai rendah dan nilai tinggi. Nilai 0 hingga 2 dianggap sebagai nilai rendah, dan nilai 3 hingga 5 sebagai nilai tinggi. Hasil pembahagian ini adalah seperti yang berikut, bagi kedua-dua akhbar skor rendah ialah 219 dan skor tinggi 377. Manakala *The Star*, skor rendahnya ialah 92 dan skor tinggi 251, dan *Berita Harian*, skor rendahnya ialah 127 dan skor tinggi 126. Pada keseluruhannya ini menunjukkan keutamaan berita diberikan kepada Encik Ghafar. Tetapi keutamaan ini didapati lebih tinggi dalam *The Star* daripada *Berita Harian*.

Jadual 4.5 Keutamaan Berita Encik Abdul Ghafar Baba Mengikut *Budd Score*

Nilai	<i>Berita Harian</i>		<i>The Star</i>		Keseluruhan	
	Bil.	Skor	Bil.	Skor	Bil.	Skor
5	6	30	9	45	15	75
4	9	36	29	116	38	152
3	20	60	30	90	50	150
2	52	104	30	60	82	164
1	23	23	32	32	55	55
0	12	0	12	0	24	0
Jumlah	122	253	142	343	264	596

Secara bandingan, ini bermakna *Berita Harian* kurang mengutamakan berita Encik Ghafar kerana liputannya tergolong dalam kategori nilai yang rendah. Jika diambil purata *Budd Score*, hasilnya ialah *The Star* 2.42, *Berita Harian* 2.07, dan purata keseluruhan ialah 2.27. Daripada purata itu, bolehlah dirumuskan bahawa *The Star* lebih mengutamakan berita Encik Ghafar berbanding dengan *Berita Harian*. Bagaimanapun, rumusan ini hendaklah mengambil kira bahawa akhbar *The Star* dan *Berita Harian* berbeza formatnya, iaitu *The Star* sebuah akhbar tabloid manakala *Berita Harian* adalah akhbar *broadsheet*. Mungkin ruang yang lebih memberi peluang kepada *Berita Harian* untuk mencorakkan beritanya.

Rumusan

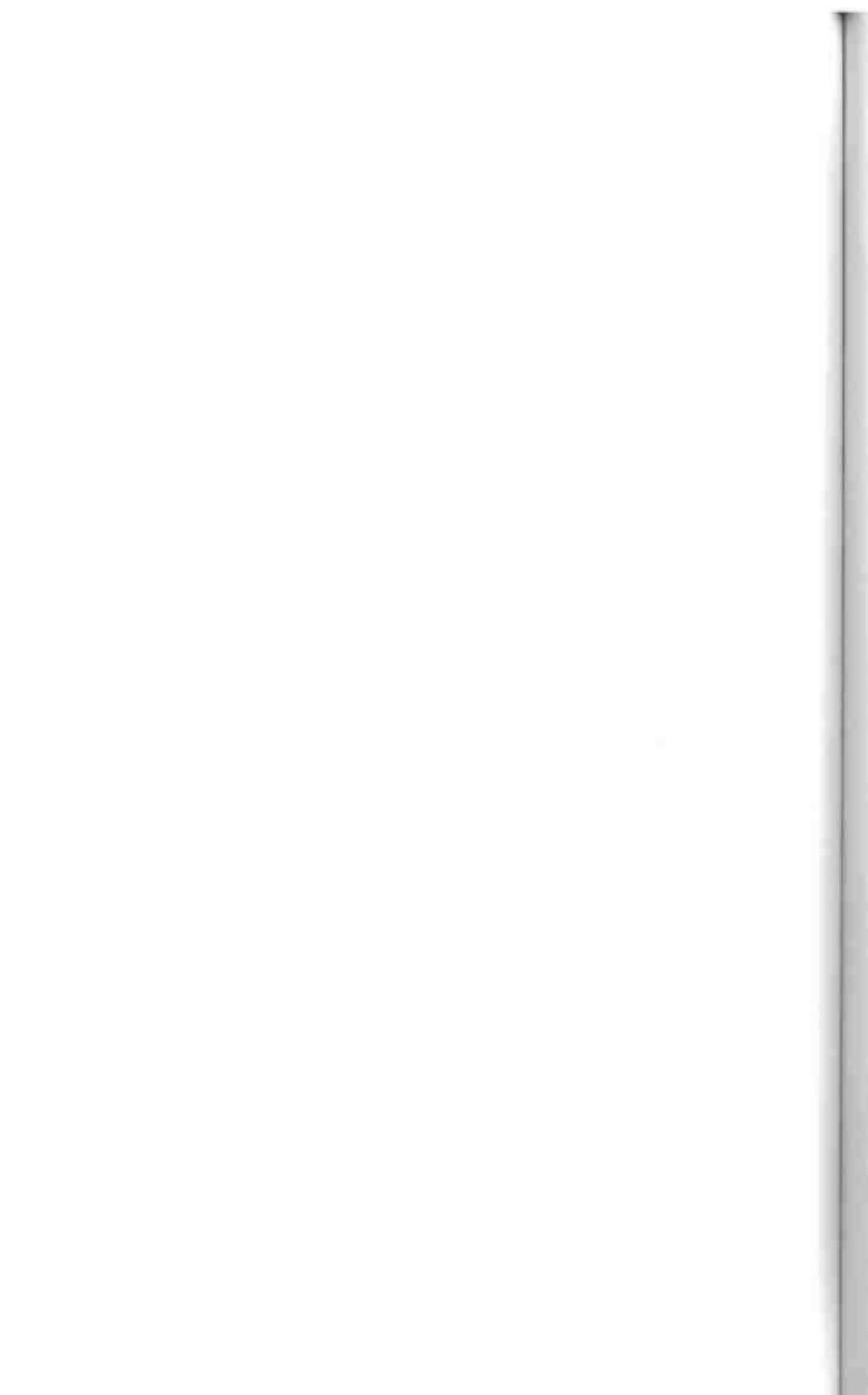
Pada keseluruhannya, sebahagian besar berita mengenai Encik Ghafar menjadi berita utama di muka depan dan di muka lain. Berita muka depan sahaja berjumlah lebih satu pertiga. Ini jelas menunjukkan Encik Ghafar adalah personaliti yang penting kepada kedua-dua akhbar ini. Secara individu, *Berita Harian* lebih banyak menyiarangkan berita mengenai Encik Ghafar di muka depan berbanding dengan *The Star*. Encik Ghafar mendapat liputan yang amat positif dalam kedua-dua akhbar yang dikaji. Liputan yang

positif kepada Encik Ghafar adalah kerana *Berita Harian* merupakan akhbar yang prokerajaan. Sementara *The Star* pula merupakan suara untuk MCA, sebuah parti yang mempunyai hubungan baik dengan Encik Ghafar. Encik Ghafar berjaya membantu menyelesaikan krisis kepimpinan MCA. Oleh itu MCA mempunyai pandangan yang positif terhadap Encik Ghafar dan ini mungkin merupakan salah satu faktor beliau mendapat liputan yang positif ini.

Encik Ghafar dilihat sebagai seorang pemimpin yang sederhana, adil dan berpengalaman. Ciri-ciri ini yang ditonjolkan dalam liputan berita oleh kedua-dua akhbar telah memberi kelebihan kepada imej dan ketokohan Encik Ghafar. Dalam perincian *Budd Score*, didapati pada keseluruhannya keutamaan diberikan kepada Encik Ghafar. Keutamaan ini didapati lebih tinggi dalam *The Star* daripada *Berita Harian*.

BAHAGIAN TIGA

KAJIAN TINJAUAN



BAB 5

IKLAN KARIKATUR DAN PENGUNDI

PENGENALAN

Penggunaan iklan karikatur (*caricature*) dalam kempen pilihan raya umum 1986 oleh Barisan Nasional menarik perhatian pembaca akhbar nasional seluruh negara. Iklan karikatur yang menunjukkan makhluk yang berkepalakan empat orang tokoh politik parti pembangkang menimbulkan berbagai-bagai reaksi para pembaca. Setiap kepala pada makhluk tersebut mempunyai dua muka iaitu satu dengan senyuman yang sinis dan yang lain menunjukkan kesakitan dan kemarahan. Sebanyak lima buah iklan karikatur disiarkan dalam akhbar nasional tempatan seminggu sebelum pilihan raya umum 1986. Iklan karikatur ini dibentuk oleh sebuah agensi periklanan.

Bagi pembaca, ini merupakan kali pertama dalam sejarah pilihan raya umum Malaysia, akhbar nasional tempatan memuatkan lakaran karikatur ala-majalah *Gila-gila* atau *MAD*. Walaupun tidak dapat dinafikan karikatur telah digunakan dalam bidang periklanan politik di Malaysia terutama dalam akhbar Cina tetapi belum pernah wujud karikatur yang begitu kreatif dan lucu digunakan. Penggunaan lakaran karikatur dalam periklanan politik menandakan bidang periklanan di negara ini telah memasuki satu era periklanan yang baru dan canggih.

Kepentingan Periklanan Politik

Periklanan karikatur politik ini sebenarnya adalah sebahagian daripada periklanan politik. Bermula dari awal tahun 1950-an, ahli

politik telah menggunakan komunikasi pembujukan untuk mempengaruhi pengundi. Mereka sedar wujudnya satu perhubungan yang sangat rapat antara komunikasi pembujukan dengan politik. Ini adalah kerana dalam spektrum politik, proses komunikasi berfungsi sebagai alat pergantungan kepada ahli politik atau pentadbir negara untuk menerima dan menyebarkan mesej dengan berkesan pada bila-bila masa sahaja (Pye, 1966: 153).

Kemunculan televisyen telah mengubah politik Amerika Syarikat, iaitu seorang calon kini mula dipasarkan melalui televisyen seolah-olah ubat gigi. Tidak hairan kenyataan seperti *political salesmanship* dan *selling politicians like soap* sering didengar dan telah mendapat kritikan yang hebat daripada berbagai-bagai pihak (Jamieson, 1984: 3-20). Bertitik tolak dari tahun 1950-an, televisyen menjadi cara utama calon politik di Amerika Syarikat menyampaikan mesej mereka dengan tujuan untuk mempengaruhi pengundi.

Adalah menjadi pengetahuan umum bahawa karikatur telah lama digunakan oleh parti politik di negara ini dalam risalah dan akhbar Cina. Hanya dalam pilihan raya umum 1986, karikatur telah diiklankan oleh Barisan Nasional untuk menghitamkan imej pemimpin pembangkang. Seorang pensyarah komunikasi tempatan, Puan Marlene Chong, mengatakan kempen pilihan raya Barisan Nasional 1986 mencerminkan satu jentera propaganda yang sangat matang (Ong Hock Chuan, 1986:6). Karikatur yang sinis dan lucu serta menawan perhatian akan menarik minat pembaca. Walau bagaimanapun, sama ada berjaya mempengaruhi atau tidak, iklan karikatur politik akan sentiasa digunakan dalam kempen pilihan raya di negara demokrasi.

Tujuan Kajian

Periklanan politik adalah bidang periklanan yang masih muda di negara ini. Dengan perbelanjaan yang begitu besar yang dibayar untuk kempen periklanan pilihan raya, sudah tentu berbagai-bagai pihak mempersoalkan keberkesanannya. Justeru itu, kajian ini yang bertujuan mendapatkan reaksi terhadap iklan karikatur adalah yang pertama dilakukan di Malaysia. Walaupun kajian ini merupakan satu kajian selepas pilihan raya umum 1986, hal ini dianggap penting kerana melaluinya kita dapat melihat reaksi pengundi dan menguji impak iklan karikatur dalam pilihan raya.

Kajian ini adalah mengenai persepsi pengundi terhadap iklan karikatur politik yang diiklankan oleh Barisan Nasional beberapa hari sebelum hari pengundian dalam pilihan raya umum 1986. Oleh itu kajian ini bertujuan untuk melihat perkaitan antara ciri demografi seperti kaum, umur, dan tingkat pendidikan dengan iklan karikatur politik dari segi kebenaran, persetujuan, dan tindakan mengundi. Kajian ini juga untuk melihat perkaitan antara faktor psikografi seperti sikap dan pengalaman dengan iklan karikatur politik dari segi kebenaran, persetujuan, dan tindakan mengundi. Selanjutnya, untuk melihat tafsiran pengundi terhadap iklan karikatur politik, sama ada sebagai propaganda, maklumat politik, kartun, iklan atau kesenian. Akhir sekali kajian ini bertujuan untuk melihat persepsi pengundi terhadap Barisan Nasional selepas iklan karikatur politik disiarkan.

Pengkaji menggunakan lima buah iklan karikatur politik yang telah disiarkan dalam akhbar nasional tempatan seminggu sebelum pilihan raya umum 1986 sebagai landasan kajian. Kelima-lima iklan ini ialah iklan halaman penuh yang mempersendakan para pemimpin parti pembangkang.

Seseorang pengundi melihat karikatur dalam akhbar (rangsangan yang berjauhan) dengan matanya (deria). Antara tuah rangsangan berjauhan dengan rangsangan berdekatan, pengundi akan menginterpretasikan karikatur yang dilihatnya mungkin sebagai kartun biasa. Pada tahap ini, maklumat "hilang" kerana pengundi atau pembaca mungkin tidak sedar ada mesej yang cuba disampaikan kerana terlalu tertarik dengan kreativiti karikatur. Pada tahap mengekod secara neutral, pengalaman lama pengundi seperti pernah melihat karikatur ini dalam majalah Barat akan membantu pengundi membina persepsiannya mengenai objek iaitu iklan karikatur itu bertujuan menghitamkan pemimpin-pemimpin parti pembangkang.

Sekiranya rangsangan itu belum pernah dipersepsikan, individu akan menggunakan kategori pengalaman lamanya untuk menganal pasti dan menghuraikan pengalaman baru atau membina kategori baru (Hollander, 1971:127).

Iklan yang disiarkan pada hari pertama dan kedua telah memberikan gambaran keseluruhan mengenai semua pemimpin parti pembangkang. Apabila pengundi melihat keadaan ini, kesan kedudukan pertama akan berlaku kerana dengan maklumat yang awal, pengundi akan membina tanggapan yang buruk terhadap

semua pemimpin parti pembangkang. Kesan awal ini akan membentuk satu arah penilaian bagi individu (Shaver, 1977:105).

Kesan kedudukan awal ini dikenali sebagai *first impression* atau daya penarik pertama. Daya penarik pertama ini sangat kukuh dan berat sebelah serta berupaya mengubah pendirian seseorang. Selain itu, individu yang mengalami kesan ini akan menekok tambah perkara tambahan kepada persepsinya (Burns, 1980:198).

Responden Kajian

Pengkaji memilih 120 orang pengundi yang telah mengundi dalam pilihan raya umum 1986 bagi kawasan pilihan raya negeri Sungai Ujong. Pengundi ini juga adalah pembaca akhbar nasional tempatan. Jumlah penduduk bagi kawasan pilihan raya negeri Sungai Ujong ialah 16 559 orang, iaitu 40.6 % Melayu, 46.5 % Cina, 11.4% India, dan 1.5 %, bangsa-bangsa lain.

Pengkaji memilih sampel mengikut kaum berdasarkan kepada bilangan peratusan dalam populasi. Justeru itu, sampel pengkaji ialah Melayu 48 orang, Cina 56 orang, India 14 orang, dan bangsa lain 2 orang. Jumlahnya ialah 120 orang.

Kebanyakan responden terdiri daripada pengundi muda antara 21 tahun hingga 35 tahun iaitu 64 orang (53.3%). Pengundi yang berumur antara 36 tahun hingga 50 tahun ialah seramai 42 orang (35%) dan pengundi yang berumur 51 tahun dan ke atas ialah 14 orang (11.7%).

Dari segi pendapatan, seramai 9 orang (7.5%) yang tidak berpendapatan. Mereka yang tergolong dalam kategori pendapatan di bawah \$450 adalah seramai 17 orang (14.2%), kategori \$451 – \$700 adalah seramai 26 orang (21.7%), kategori \$701 – \$950 adalah seramai 21 orang (17.5%), kategori \$951 – \$1200 adalah seramai 16 orang (13.3%), kategori \$1201 – \$1450 ialah seramai 13 orang (10.8%), kategori \$1451 – \$1700 ialah seramai 5 orang (4.2%) dan kategori \$1701 ke atas adalah seramai 13 orang (10.8%).

Kawasan Kajian

Kawasan kajian ialah kawasan pilihan raya negeri Sungai Ujong, Negeri Sembilan yang meliputi Paroi, Ladang Senawang, Senawang Jaya, Luar Jalan Wise, Kawasan Lake dan Kampung Baru.

Kawasan ini dipercayai sebagai kawasan kuat Barisan Nasional kerana calon parti itu memenangi kerusi dalam pilihan raya umum 1982 dan 1986. Dalam pilihan raya umum ke-8 (1986), calon BN, Oh Her Sang (6454 undi) telah mengalahkan calon DAP, Wong Yauk (4770 undi) dengan majoriti undi sebanyak 1684 undi.

Hasil Kajian

Kajian mendapati bahawa ramai responden (58.3 %) menganggap iklan karikatur sebagai propaganda. Pecahan dari segi kaum menunjukkan 18.3% Melayu, 32.5% Cina, 6.7% India dan selebihnya bangsa lain. Sebagai maklumat politik, bilangan responden Melayu yang berfahaman sebegini ialah seramai 6 orang (5%), Cina 15 orang (2.5%) dan India 2 orang (1.7%).

Walau bagaimanapun kelihatan responden Melayu mempunyai interpretasi yang pelbagai terhadap iklan karikatur berbanding dengan kaum yang lain. Sebahagian besar kaum Melayu menganggap iklan karikatur sebagai kartun iaitu 16 orang (13.3%) berbanding dengan responden Cina seramai 4 orang (3.3%) dan responden India juga seramai 4 orang (3.3%). Daripada kesemua 120 orang responden, hanya dua orang (1.7%) yang menginterpretasi iklan karikatur sebagai iklan dan mereka berdua adalah responden Melayu. Data ini menunjukkan responden Melayu mempunyai pelbagai interpretasi dalam memberikan definisi kepada iklan karikatur politik. Jelasnya, iklan karikatur dalam kajian ini adalah dianggap sebagai propaganda.

Seramai 31 orang (25.8%) responden Cina tidak bersetuju dengan penggunaan iklan karikatur dalam pilihan raya manakala 19 orang (15.8%) responden lagi daripada kaum itu berpendirian neutral. Jumlah responden Melayu yang tidak bersetuju seramai 19 orang (15.8%) manakala seramai 24 orang (20%) daripada kaum Melayu bersifat neutral.

Walau bagaimanapun terdapat 3 orang (2.5%) responden Melayu dan 8 orang (6.7%) responden Cina yang bersetuju dengan penyiaran iklan tersebut. Ini menunjukkan walaupun ramai responden tidak bersetuju atau bersikap neutral terhadap iklan karikatur, terdapat 14 orang (11.7%) yang bersetuju dengan penggunaan iklan ini.

Jika dianalisis mengikut umur, didapati seramai 31 orang (25.8%) responden dalam kategori umur antara 21 tahun hingga 35

tahun tidak bersetuju dengan penyiaran iklan karikatur. Mereka yang berpendirian neutral seramai 24 orang (20%). Bagi mereka dalam kategori 36 – 50 tahun, 17 (14.2%) tidak bersetuju dan 22 (18.3%) berpendirian neutral. Bagi kategori 51 tahun dan ke atas, seramai 7 orang (5.8%) tidak bersetuju dengan penggunaan iklan ini. Jelas sebahagian besar daripada setiap kategori tidak bersetuju dengan penyiaran iklan karikatur dalam pilihan raya. Ini juga menunjukkan ramai responden daripada pelbagai faktor demografi tidak bersetuju dengan penggunaan iklan karikatur politik dalam pilihan raya.

Daripada Jadual 5.1, didapati responden paling ramai berpendapat tidak bersetuju (20.8%) atau berpendirian neutral (27.5%) terhadap iklan karikatur adalah responden yang mempunyai sikap positif terhadap Barisan Nasional. Data menunjukkan walaupun ramai responden bersikap positif terhadap Barisan Nasional, mereka masih tidak bersetuju dengan iklan karikatur atau tidak mahu memberikan sebarang pendirian terhadapnya. Walau bagaimanapun, 5.8% responden yang bersikap neutral dan 75.8% yang bersikap positif terhadap kerajaan bersetuju dengan penggunaan iklan karikatur dalam kempen pilihan raya.

Jadual 5.1 Taburan Silang antara Sikap dengan Persetujuan terhadap Iklan Karikatur Politik

Pengalaman/ Persetujuan	Negatif		Neutral		Positif	
	k	%	k	%	k	%
Tidak Setuju	7	6.7	22	18.7	25	20.8
Neutral	2	1.7	16	13.3	33	27.5
Setuju	0	0.0	7	5.8	7	5.8
Jumlah	10	8.3	45	37.5	65	54.5

Kajian telah juga meneliti kaitan antara kaum untuk mengetahui sejauh mana iklan karikatur mempengaruhi responden ketika mereka mengundi. Jadual 5.2 menunjukkan data antara kaum dengan persepsi (tanggapan) sejauh mana iklan tersebut mempengaruhi undi. Adalah didapati bahawa majoriti responden menyatakan iklan kartun tidak mempengaruhi tindakan mereka untuk mengundi, tetapi berjaya mempengaruhi sebahagian kecil pengundi Melayu, Cina dan India.

Jadual 5.2 Taburan Silang antara Kaum dengan Tindakan Mengundi

Pengalaman/ Persetujuan	Melayu		Cina		India		Lain	
	k	%	k	%	k	%	k	%
Tidak Terpengaruh	33	27.5	46	38.3	7	5.8	2	1.7
Neutral	10	8.3	3	2.5	2	1.7	0	0.0
Terpengaruh	3	2.5	9	7.5	5	4.2	0	0.0

Kajian telah juga membuat pertalian antara umur dan pengaruh mengundi. Dalam kajian ini tiga kategori digunakan iaitu umur pengundi antara 21 tahun hingga 35 tahun, 36 tahun hingga 50 tahun dan kategori ketiga bagi mereka yang berumur lebih dari 50 tahun (Lihat Jadual 5.3).

Jadual 5.3 Taburan Silang antara Umur dengan Tindakan Mengundi

Pengalaman/ Persetujuan	21 – 35		36 – 50		50 ke atas	
	k	%	k	%	k	%
Tidak Terpengaruh	41	34.2	36	30.0	11	9.3
Neutral	11	9.2	2	1.7	2	1.7
Terpengaruh	12	10.0	4	3.3	1	0.8
Jumlah	64	53.3	42	35.0	14	11.7

Daripada Jadual 5.3, didapati responden daripada kategori 21 – 35 tahun iaitu 41 orang (34.2%) dan kategori 36 – 50 tahun iaitu 36 tahun (30%) merupakan responden yang paling ramai mengatakan mereka mengundi tidak dipengaruhi oleh iklan karikatur. Walau bagaimanapun, seramai 12 orang (10%) dalam kategori 21 – 35 tahun dan 4 orang (3.3%) orang dalam kategori 36 – 50 tahun menyatakan mereka terpengaruh oleh iklan karikatur. Bagi responden kategori 51 tahun ke atas, seramai 11 (9.2%) menyatakan tidak terpengaruh. Jelas daripada Jadual 3 ini, lebih ramai responden muda (kategori 21 – 50 tahun) dipengaruhi iklan berbanding responden tua yang dipengaruh oleh iklan ini semasa mengundi.

Bilangan responden yang mentafsir iklan karikatur politik sebagai satu bahan untuk memperolehi maklumat politik dan yang menganggapnya sebagai lukisan kartun adalah hampir sama. Seramai 23 orang (19.2%) menerima sebagai maklumat politik

dan 25 orang (20.8%) menganggapnya sebagai kartun.

Pengertian yang diperoleh daripada melihat atau membaca iklan kartun juga menjadi tumpuan kajian yang mengetahui apakah yang responden sahami daripada iklan tersebut. Soalannya ialah sama ada responden mendapat apa-apa maklumat politik hasil daripada pendedahan kepada iklan tersebut ataupun mereka hanya menganggap iklan kartun sebagai lukisan sahaja.

Jadual 5.4 juga menunjukkan responden tidak sedar bahawa iklan karikatur itu adalah sebenarnya satu bentuk iklan. Ini mungkin kerana konsep iklan politik tidak pernah terlintas dalam fikiran mereka sebelum ini. Bagi mereka, iklan biasanya digunakan untuk memajukan barang atau memberitahu tentang perkhidmatan ataupun jawatan kosong. Iklan yang digunakan untuk menyokong atau menjatuhkan lawan politik adalah sesuatu yang tidak terfikir oleh mereka.

Jadual 5.4 Tafsiran Responden terhadap Iklan Karikatur

	k	%
Motif Politik	70	58.3
Maklumat Politik	23	19.2
Kartun	25	20.8
Iklan	2	1.7
Jumlah	120	100.0

Beberapa kesimpulan diperoleh hasil daripada kajian ini. Kajian mengenai pendedahan orang ramai terhadap iklan karikatur politik dalam akhbar menunjukkan kesan atau kurang kesan yang telah diketahui umum. Misalnya, jika dianalisis mengikut kaum, kajian mendapati setiap kaum memberikan tafsiran mereka sendiri terhadap pengertian iklan kartun. Tafsiran yang berbeza ini adalah sesuatu yang dipengaruhi oleh nilai kebudayaan setiap kaum. Kajian mendapati bahawa orang Melayu mempunyai berbagai-bagai tafsiran berbanding dengan kaum yang lain; mungkin orang Melayu mempunyai kesedaran politik yang tinggi.

Dari segi pendidikan, dua orang responden yang mengatakan iklan karikatur itu sebagai iklan, mendapat pendidikan di kolej atau universiti (Lihat Jadual 5.5). Mereka yang berpelajaran tinggi ini mungkin mengetahui iklan yang sebegini kerana mereka pernah bertemu dengan konsep iklan politik daripada pembacaan ataupun mereka sendiri pernah didedahkan kepada konsep ini dalam kursus

pengajian mereka. Kajian juga mendapati bahawa sebahagian besar responden yang mempunyai sekurang-kurangnya pendidikan pada peringkat sekolah menengah menganggap iklan karikatur sebagai bertujuan politik. Ini menunjukkan bahawa peningkatan dalam pelajaran membolehkan seseorang mengetahui bahawa iklan karikatur ialah satu jenis motif propaganda. Pendidikan yang tinggi biasanya meluaskan skop pengetahuan dan pandangan seseorang.

Jadual 5.5 Taburan Silang antara Tingkat Pelajaran dengan Tindakan Mengundi

Pelajaran/ Tindakan	Tidak Bersekolah		Sekolah Rendah		Sekolah Menengah		Kolej/ Universiti	
	k	%	k	%	k	%	k	%
Tidak Terpengaruh	1	0.8	5	4.2	43	35.8	39	32.5
Neutral	0	0.0	3	2.5	1	9.2	1	0.8
Terpengaruh	0	0.0	2	1.7	13	10.8	2	1.7

Perkaitan antara pembolehubah demografi dengan kebenaran iklan, menunjukkan beberapa perkara yang menarik. Responden tidak bersetuju menerima kebenaran iklan karikatur kerana pada masa pilihan raya mereka menganggap parti-parti politik yang ber-standing seharusnya membincangkan isu penting dan bukan mengambil kesempatan untuk memburuk-burukkan parti lawan. Apabila responden tidak menerima bentuk iklan negatif ini mereka juga tidak mahu parti politik menggunakan kerana mungkin menganggap iklan karikatur ini tidak sesuai dengan cara kehidupan masyarakat Malaysia. Walau bagaimanapun, terdapat sejumlah kecil responden yang bersetuju dengan iklan karikatur itu.

Rumusan

Daripada keputusan yang dianalisis, kajian mendapati ramai responden mengatakan isi kandungan iklan adalah sesuatu yang sukar diterima. Mereka tidak dapat bersetuju dengan bentuk periklanan yang digunakan dalam kempen pilihan raya. Seterusnya ramai juga mengatakan mereka tidak terpengaruh dengan iklan karikatur.

Penggunaan iklan dalam politik telah lama dikecam oleh sarjana Barat. Bagi mereka, iklan politik menyembunyikan kebenaran dan memberikan gambaran negatif. Para surjana ini mencadangkan supaya mereka yang terlihat dengan pembujukan ini seharusnya bangkit dan bekerjasama menentang iklan politik yang menyelweng. Pengundi dan calon politik Amerika Syarikat kini juga mulai merasai penyelewengan ini (Bovee & Atrens, 1986 : 598). Responden dalam kajian telah membantah penggunaan iklan politik walhal parti politik di negara ini baru memasuki bidang periklanan politik.

Bagi responden yang bersetuju dengan amalan dan kebenaran iklan karikatur, mereka ini mungkin merupakan penyokong setia kerajaan. Kajian Gina M. Garramone (1984), menunjukkan penyokong yang setia kepada sesuatu parti berkecenderungan untuk mempercayai kebenaran partinya walaupun dalam apa pun mesej iklan itu.

Hasil kajian ini menunjukkan responden masih belum bersedia untuk menerima konsep periklanan politik. Periklanan politik dianggap sesuatu yang asing kerana bagi rakyat Malaysia iklan hanyalah untuk barang atau perkhidmatan dan bukan untuk tujuan politik. Untuk mengiklankan seseorang calon politik adalah sesuatu yang masih belum diterima lagi. Mengiklankan calon atau parti politik akan dianggap oleh pengundi sebagai satu propaganda politik.

Hasil kajian juga menunjukkan pengundi sukar dipengaruhi oleh iklan politik. Ini bermakna pengundi tidak pasif atau tidak mudah dimanipulasikan seperti yang dianggap oleh calon atau parti politik. Sebaliknya pengundi sedar bahawa semasa pilihan raya, sering sekali mesej pembujukan disebarluaskan tetapi kebenaran setiap mesej ini boleh dipersoalkan.

Bagi parti politik, ketidakberkesanan iklan politik seharusnya menyedarkan mereka supaya memilih cara pembujukan yang lebih berkesan. Walau bagaimanapun, iklan politik masih boleh digunakan tetapi seharusnya berbentuk positif dan membina.

BAB 6

PENGGUNAAN MAKLUMAT POLITIK SEMASA PILIHAN RAYA

PENGENALAN

Pendekatan penyelidikan komunikasi telah mengalami perubahan. Pengkaji terdahulu mungkin mengemukakan soalan: Apakah yang boleh dilakukan oleh media terhadap khalayak? Tetapi pengkaji kini mengemukakan soalan: Apakah yang boleh dilakukan oleh khalayak terhadap media? Tumpuan pengkajian ini mengalihkan andaian khalayak sebagai pasif kepada khalayak yang aktif yang menggunakan media untuk mencapai tujuan-tujuan tertentu. Pendekatan ini menekankan kepada penyesuaian khalayak kepada media.

Pengkajian ke atas kesan media menggunakan pendekatan kegunaan dan kepuasan (*uses and gratifications*) media yang seringkali membincangkan khalayak bersifat aktif. Khalayak dikatakan mempunyai keperluan-keperluan tertentu. Berdasarkan kepada keperluan tersebut, khalayak membuat pemilihan ke atas saluran serta mesej komunikasi yang boleh memenuhi keperluan mereka.

Tujuan Kajian

Berdasarkan kepada permasalahan yang dihuraikan, maka tujuan pengkajian ini adalah untuk melihat perkara-perkara yang berikut:

1. Apakah kepuasan yang dapat diperolehi oleh khalayak daripada mengikuti berita-berita politik?
2. Apakah kesan pembolehubah sosioekonomi dan demografi terhadap keaktifan khalayak?

3. Siapakah tokoh-tokoh politik yang dikenali oleh khalayak?
4. Sejauh manakah perhatian yang diberikan oleh khalayak terhadap berita politik?
5. Sejauh manakah minat khalayak dalam mengikuti berita politik?
6. Media manakah yang menjadi sumber utama dalam membekalkan berita-berita politik.

Kajian yang dibuat terhadap penggunaan radio, televisyen, dan surat khabar, dilakukan antara hari selepas penamaan calon pilihan raya sehingga pada hari pembuangan undi iaitu 24 Julai hingga 3 Ogos 1986.

Perkembangan Pendekatan Kegunaan dan Kepuasan Media

Banyak kajian pada masa lalu menggunakan pendekatan kegunaan dan kepuasan bagi mengkaji kesan media. Hal yang demikian telah memperkembangkan pendekatan ini untuk mengkaji media. Perkembangan ini boleh dibahagikan kepada dua tahap yang berasingan. Tahap pertama merujuk kepada tahun-tahun mula munculnya pendekatan ini sehingga ke akhir tahun 1960-an. Tahap kedua adalah selepas tahun 1970-an hingga ke hari ini. Walaupun tidak terdapat garis sempadan yang jelas, tetapi para sarjana mendasarkan kepada perkembangan pendekatan ini yang mula diselidik luar dari Amerika Syarikat (Howitt, 1982: hlm. 13) seperti di Eropah, Jepun, Israel, Australia, Thailand, dan juga Malaysia.

Pada tahap pertama, pengkaji-pengkaji telah mengenal pasti media yang boleh dipilih sama ada isi kandungan ataupun mengikut jenis media itu. Walaupun baru, pendekatan ini mempunyai ciri-ciri kesamaan, melibatkan pengkaji-pengkaji menggunakan pendekatan dan metodologi yang sama untuk mengetahui fungsi media sendiri. Dalam pada itu tidak terdapat sebarang usaha untuk menyelidik secara mendalam perkaitan antara kepuasan yang diperoleh dengan faktor-faktor sosiologi.

Pada tahap pertama, pengkaji-pengkaji belum lagi mencari pertalian antara fungsi media dengan struktur kepuasan media (Katz, Blumler dan Gurevitch, 1973/74: 509 – 521). Pada tahap kedua, kajian-kajian yang dijalankan lebih memberikan tumpuan

secara teliti ke atas kegunaan dan kepuasan media. Pada tahap ini kajian-kajian telah mendapat *setting* yang baru. Satu kenyataan yang memberikan kesimpulan kepada pendekatan ini ialah:

"(1) ... wujudnya pemuasan dari segi sosial dan psikologi (2) dari keperluan, yang melahirkan (3) harapan terhadap (4) media massa atau sumber-sumber lain, yang mendorong kepada (5) pola pendedahan media yang berbeza (atau keterlibatan dalam aktiviti yang lain), yang menghasilkan (6) pemuasan dan keperluan dan (7) akibat-akibat yang lain, yang mungkin tidak diduga ..." (Katz, Blumler & Gurevitch, 1973:74:hlm. 20).

Pendekatan kegunaan dan kepuasan ini bermula dengan persekitaran sosial yang mempengaruhi keperluan-keperluan individu. Persekitaran ini meliputi ciri-ciri demografi seperti umur, bangsa, jantina, afiliasi kumpulan dan ciri-ciri personaliti. Katz, Gurevitch dan Haas (1973) mendapati bahawa keperluan yang berkaitan dengan media berkait rapat dengan umur dan taraf pendidikan. Faktor psikologi juga mempengaruhi keperluan individu.

Daripada beberapa kajian, sarjana telah memperoleh beberapa keperluan awal yang khalayak dapat daripada media massa. Antara lain keperluan ini, mengikut Katz, Gurevitch dan Haas (1973:164) ialah:

1. Keperluan Kognitif

Keperluan yang terlibat untuk memperkuuhkan maklumat, pengetahuan dan pemahaman alam sekeliling. Keperluan ini berdasarkan kepada keinginan untuk memahami dan menguasai persekitaran serta memuas atau memenuhi perasaan ingin tahu.

2. Keperluan Afektif

Keperluan yang berkaitan dengan estetik, keseronokan dan pengalaman emosi. Keseronokan dan hiburan merupakan motivasi dan boleh dipenuhi melalui media.

3. Keperluan Integratif Persendirian:

Integratif persendirian adalah yang berkaitan dengan pengukuhan kredibiliti, keyakinan, stabiliti dan status individu. Keperluan ini berpunca daripada keinginan individu untuk mencapai *self-esteem*.

4. Keperluan Integratif Sosial

Keperluan yang berkaitan dengan pengukuhan perhubungan de-

ngan keluarga, kawan, dan dunia sekeliling. Ini berasaskan kepada keinginan seseorang itu untuk berafliasi dengan kawan-kawan.

5. Keperluan Pengelakan

Keperluan yang berkaitan untuk menghilangkan atau mengurangkan tekanan dan keinginan untuk mengelak daripada masalah yang dihadapi atau untuk melupakan sesuatu yang tidak menyeronokkan.

Kaedah Kajian

Dalam kajian ini pengkaji menyelidik penggunaan berita politik dengan melalui pendekatan kegunaan dan kepuasan. Kaedah yang digunakan adalah kaedah tinjauan (*survey*). Kawasan kajian ialah Mukim Kajang, dalam daerah Hulu Langat. Kaedah persampelan bertujuan (*purposive sampling*) digunakan dalam kajian ini. Jenis sampel ini menentukan ciri-ciri responden yang dipilih. Pertama, hanya lelaki sahaja dipilih, kedua, daripada bangsa Melayu dan Cina, dan ketiga, mereka ini merupakan pengundi berdaftar.

Oleh kerana pecahan dari segi bangsa satu-satu kaum itu tidak diketahui, pengkaji hanya berpandukan kepada maklumat-maklumat yang diberikan oleh Pegawai Penerangan Kajang dalam menentukan jumlah responden yang perlu diambil dalam satu-satu kawasan.

Bilangan responden yang dipilih dari satu-satu kawasan adalah mengikut komposisi bangsa dalam kawasan tersebut. Jika penduduk Melayu ramai di sesebuah kawasan, ramailah responden Melayu dipilih, dan sebaliknya, jika responden Cina ramai, ramailah responden Cina dipilih di kawasan itu. Dengan demikian jika jumlah penduduk Melayu atau Cina sedikit di sesebuah kawasan, maka sedikitlah jumlah responden yang dipilih. Seramai 300 orang responden telah diperoleh. Jumlah responden Melayu dan Cina adalah sama banyak iaitu seramai 150 orang lelaki.

Selain kunjungan dari rumah ke rumah, pengkaji memilih tempat-tempat yang menjadi tumpuan orang ramai di sekitar Mukim Kajang, di sekitar kawasan perhentian bas dan di kedai-kedai. Pengkaji juga telah menggunakan kesempatan pada hari pembuangan undi untuk menemu bual pengundi-pengundi yang datang mengundi di pusat-pusat mengundi di sekitar bandar Kajang.

Soal selidik dimulakan dengan meminta responden memberikan kekerapan mereka menggunakan media berdasarkan kepada bilangan hari dalam satu minggu, serta setakat mana perhatian yang mereka berikan terhadap berita-berita yang berkaitan dengan pilihan raya semasa menggunakan media tersebut. Media yang dimaksudkan di sini ialah radio, televisyen dan surat khabar. Responden diminta memberikan sumber dari mana mereka memperoleh maklumat politik negara yang terbanyak sekali.

Sebanyak 12 soalan berbentuk pendapat disediakan dan soalan-soalan ini adalah berkaitan dengan kegunaan dan kepuasan media. Responden disoal tentang pengetahuan mereka mengenai tokoh-tokoh politik dan nama-nama parti politik yang terdapat di negara ini. Untuk mengelakkan responden daripada rasa tersinggung jika mereka tidak dapat menjawab soalan-soalan yang berbentuk pengetahuan ini, terlebih dahulu mereka diberitahu bahawa soalan-soalan ini bukan untuk menguji pengetahuan. Sekiranya mereka tidak dapat menjawab soalan tersebut, tidak mengapa, kerana sukar bagi seseorang mengingati perkara-perkara tersebut. Soalan-soalan sosiodemografi seperti umur, pendapat keluarga turut dikemukakan.

Hasil Kajian

Kajian mendapati bahawa pola penggunaan akhbar dan televisyen berdasarkan bangsa adalah sama. Bagi orang Melayu, mereka menggunakan kedua-dua media ini selama enam hari dan peratusan ini adalah tinggi tetapi bagi responden Cina ialah selama tujuh hari. Bilangan bagi orang Melayu dan Cina yang menggunakan akhbar dan televisyen kurang daripada enam hari adalah rendah.

Radio mempunyai pola penggunaan yang berbeza. Walaupun peratusan responden Melayu yang mendengar radio selama enam hari berturut-turut agak tinggi, iaitu 10.3% tetapi secara perbandingan dengan akhbar dan televisyen, peratusan yang mendengarnya adalah kurang. Peratusan mereka yang mendengar kurang daripada enam hari adalah tinggi iaitu 28.3%. Responden Melayu dan Cina adalah berbeza dalam penggunaan media ini. Sebanyak 15.7% responden Cina tidak mendengar langsung siaran

radio, yang mendengar antara satu hingga lima hari ialah 37%. Sementara yang mendengar radio lebih daripada enam hari cuma 13%.

Pada keseluruhannya, antara ketiga-tiga media ini, akhbar yang paling kerap dibaca. Terdapat 82.6% daripada responden membaca lebih daripada enam hari dalam satu minggu. Ini diikuti oleh 62.3% yang menonton televisyen dan 34.6% mendengar radio.

Butiran Kepuasan

Sebanyak 12 kenyataan mengenai kepuasan yang diperolehi dalam mengikuti berita-berita politik disediakan untuk dikemukakan kepada responden-responden. Tiap-tiap kenyataan ini diberikan markah dari 0 hingga 10; markah 0 menunjukkan sangat tidak bersetuju manakala 10 sebagai sangat bersetuju.

Berdasarkan langkah-langkah yang pernah dilakukan oleh penyelidik-penyalidik (Idid, 1985), data yang berkaitan dengan kenyataan kepuasan dalam mengikuti berita politik melalui media massa telah diproses menggunakan analisis faktor.

Jadual 6.1 menunjukkan data yang diperoleh daripada analisis faktor ke atas 12 butiran yang tertumpu kepada tiga faktor. Tidak terdapat sebarang nilai yang bertindih antara satu faktor dengan faktor yang lain. Berdasarkan kepada analisis ini, kajian ini telah dapat mengenal pasti antara lain sebab-sebab utama orang ramai mengikuti berita politik menjelang pilihan raya.

Faktor I yang mengandungi enam butiran dikenali sebagai "pengawasan", faktor yang berkaitan dengan keinginan untuk mencari maklumat mengenai persekitaran untuk tujuan berinteraksi dengan orang lain. Faktor ini mewakili 68.6% daripada varians. Faktor II adalah "pengelakan" (*avoidance*) untuk menghindari daripada mengikuti sebarang berita politik. Terdapat tiga butiran yang mewakili faktor ini yang terdiri daripada kenyataan-kenyataan yang bermaksud lebih suka melakukan perkara-perkara lain selain daripada mengikuti berita politik. Ketiga-tiga butiran ini mempunyai nilai yang tinggi dan mewakili 19.6 varians. Faktor III yang mengandungi tiga butiran dipanggil "identiti diri". Faktor yang berkaitan dengan pencarian maklumat bagi tujuan menambahkan pengetahuan untuk diri sendiri. Faktor ini mempunyai nilai varians 11.7.

Jadual 6.1 Analisis Faktor Butiran Kepuasan dengan Matrik *Rotated Varimax*

Butiran	Faktor I	Faktor II	Faktor III
Mendengar, menonton atau membaca berita politik dan emudiannya mengikuti dengan lebih mendalam lagi	0.63311	0.08030	0.05557
Ingin membandingkan idea dengan apa yang terkandung dalam media	0.066562	-0.12898	0.04305
Berita politik memberikan bahan untuk berfikir	0.054848	0.20120	0.40451
Berita politik memberikan minat untuk mengikuti perkembangan negara	0.55770	-0.12285	0.45839
Media memberikan banyak bahan untuk perbualan dengan wanita dan ahli keluarga	0.55192	-0.12428	0.20032
Ingin mendapat berita politik itu sehubu untuk disampaikan kepada orang lain	0.36910	-0.10504	0.17009
Lebih suka menghabiskan masa berhati daripada memberikan perhatian kepada berita politik	0.02250	0.73233	-0.14242
Janya mengambil tahu mengenai keluarga sendiri daripada mengetahui tentang orang lain di negara ini	-0.15104	0.44945	0.05065
Berlalu sibuk untuk mengikuti barang berita politik	-0.27303	0.43973	-0.04815
Media memberikan kesedaran bahawa keadaan di Malaysia adalah seburuk yang digambarkan	0.14807	0.13133	0.37011
Berita politik memberikan pengetahuan bagaimana isu-isu besar negara diselesaikan	0.39863	0.00038	0.41002
Mengikuti berita politik supaya tidak terperanjat jika peristiwa-peristiwa berlaku	0.03135	-0.19634	0.52122

Sumber Berita Politik

Kajian mendapati majoriti responden (65.0%) menjadikan akhbar sebagai sumber utama dalam mengikuti berita politik. Ini diikuti oleh televisyen (16.3%), komunikasi bersemuka (*interpersonal communication*) (13.3%), radio (4.3%) dan sumber-sumber lain 1% (Lihat Jadual 6.2).

Jadual 6.2 Kekerapan dan Peratusan Pemilihan Sumber Berita Politik Mengikut Bangsa (N = 300)

	Akhbar	TV	Komunikasi Bersemuka	Radio	Lain
	%	%	%	%	%
Melayu	31.0	13.3	2.0	3.0	0.7
Cina	34.0	3.0	11.3	1.3	0.3
Jumlah	65.0	16.3	13.3	4.3	1.0

Bagi responden Melayu, bilangan yang memilih akhbar ialah 31%, televisyen 13.3%, radio 3%, komunikasi bersemuka 2% dan sumber-sumber lain 0.7%. Bagi responden Cina pula, pembaca akhbar berjumlah 34%. Sumber yang kedua pentingnya bagi mereka adalah komunikasi bersemuka 11.3%, televisyen 3%, radio 1.3%, dan sumber-sumber lain 0.3%. Angka-angka ini menunjukkan terdapat perbezaan dalam sumber utama yang membekalkan berita politik kepada responden Melayu dan Cina. Walaupun akhbar menjadi sumber utama bagi kedua-dua bangsa tetapi peratusan responden Cina melebihi Melayu. Sumber yang kedua penting bagi kedua-dua bangsa ini amat berbeza sekali; responden Melayu lebih memilih televisyen tetapi bagi responden Cina pula memilih komunikasi bersemuka.

Pengetahuan tentang Tokoh-tokoh Politik dan Hari Mengundi

Kajian telah menyenaraikan lima orang tokoh politik untuk responden menyatakan sama ada mereka mengetahui tokoh-tokoh itu. Tokoh-tokoh tersebut ialah Dr. Mahathir Mohamad, Encik Abdul Ghafar Baba, Encik Lim Kit Siang, Haji Abdul Hadi Awang dan Datuk Pairin Kitingan. Ramai yang mengenali Perdana Menteri, Dr. Mahathir. Hanya terdapat 1.7% responden daripada

bangsa Cina yang tidak mengenali beliau. Tokoh kedua yang paling dikenali ialah Encik Ghafar, Timbalan Perdana Menteri. Terdapat 4.3% responden yang tidak mengenalinya yang terdiri daripada 2.7% responden Cina dan 1.7% responden Melayu. Tokoh ketiga yang mereka kenali ialah Encik Lim Kit Siang. Bagi Ketua Menteri Sabah, Datuk Pairin Kitingan, 15.7% responden yang terdiri daripada 10.0% Cina dan 5.7% Melayu yang tidak mengenali beliau. Daripada lima tokoh yang diberikan, Haji Abdul Hadi Awang daripada parti PAS paling kurang dikenali iaitu sebanyak 24.6% iaitu 22.3% responden Cina dan 2.3% responden Melayu. Walau bagaimanapun semua responden mengetahui tarikh pilihan raya yang diadakan pada 2 dan 3 Ogos 1986.

Berdasarkan kepada data yang diperiksa, nyata wujud jurang pengetahuan mengenai tokoh-tokoh politik mengikut bangsa, terutama bagi pemimpin parti pembangkang.

Perhatian terhadap Berita Politik dalam Media

Kajian juga telah mengemukakan soalan kepada responden tentang perhatian yang mereka berikan terhadap berita politik dalam media massa. Jawapan tertutup menentukan mereka menyatakan sama ada perhatian yang mereka berikan itu "sangat memberi perhatian", "memberi perhatian" atau "tidak memberi perhatian" kepada berita yang terdapat dalam tiga jenis media iaitu akhbar, televisyen, dan radio. Jadual 6.3 menunjukkan perhatian yang diberikan oleh responden terhadap berita politik. Lebih ramai responden menyatakan bahawa mereka memberi perhatian kepada berita politik dalam akhbar. Walau bagaimanapun, jika dibandingkan dengan responden Melayu, responden Cina lebih memberi perhatian kepada akhbar iaitu 73.4% berbanding 69.3% sahaja.

Responden Melayu menyatakan bahawa mereka memberi perhatian yang sangat tinggi kepada radio. Jadual 6.3 menunjukkan sebanyak 63.3% Melayu menyatakan "sangat memberi perhatian" kepada berita politik melalui televisyen berbanding dengan 30.7% yang hanya "memberi perhatian". Bagi responden Cina, perhatian mereka terhadap berita politik melalui televisyen adalah lebih ramai (39.9%) yang menyatakan "memberi perhatian" daripada "sangat memberi perhatian" (38.7%).

Apabila diteliti dari segi radio, data menunjukkan penggunaan yang rendah sekali bagi kedua-dua bangsa. Majoriti responden

Cina (58.7%) yang tidak memberi perhatian langsung kepada berita politik melalui radio. Begitu juga peratusan yang dinyatakan oleh responden Melayu menunjukkan hanya 46% sangat memberi perhatian kepada berita politik melalui radio.

Sebagai kesimpulan, perhatian kepada akhbar masih tinggi dan dianggap sebagai saluran yang responden memberi perhatian untuk mendapat berita politik, sementara radio mendapat perhatian yang amat rendah sekali.

Jadual 6.3 Kekerapan dan Peratusan Perhatian terhadap Berita Politik dalam Media Massa Mengikut Bangsa

	Akhbar		Televisyen		Radio	
	Melayu %	Cina %	Melayu %	Cina %	Melayu %	Cina %
Tidak memberi perhatian	8.0	3.3	6.0	22.0	30.0	58.7
Memberi perhatian	22.7	23.3	30.7	39.3	24.0	18.0
Sangat memberi perhatian	69.3	73.4	63.3	38.7	46.0	23.3
Jumlah	100	100	100	100	100	100

Rumusan

Dari segi kegunaan media di kalangan responden, media yang kerap digunakan ialah akhbar, diikuti oleh televisyen dan radio. Biasanya pembacaan akhbar ini dikaitkan dengan tingkat pendidikan kerana mereka yang boleh membaca adalah yang mempunyai pelajaran atau sekurang-kurangnya kenal huruf. Oleh sebab itulah perkembangan media cetak, khasnya akhbar dalam sesbuah negara itu bergantung pada kadar kenal huruf di kalangan penduduknya. Satu lagi pembolehubah yang sering dikaitkan dengan pembacaan akhbar adalah pendapatan seseorang. Tetapi pendapatan tidaklah sekutu tingkat pelajaran kerana akhbar boleh dibaca tanpa dibeli sama ada meminjam daripada kawan-kawan, biasanya di tempat-tempat kerja, di perpustakaan, di kedai kopi atau di kedai makan.

Seterusnya kajian mendapati bahawa media yang menjadi sumber utama berita politik kepada kedua-dua kategori responden

ialah akhbar. Sumber kedua ialah televisyen, bagi orang Melayu dan komunikasi bersemuka bagi responden Cina. Pemilihan televisyen sebagai sumber kedua bagi responden Melayu, adalah berkait rapat dengan ciri berita bergambar tetapi tidak kepada bangsa Cina kerana televisyen tidak memenuhi cita rasa mereka. Televisyen kurang ditonton oleh mereka. Orang Cina lebih kepada komunikasi bersemuka untuk mendapatkan berita-berita politik terutamanya daripada kawan-kawan dan pemimpin-pemimpin pendapat yang ada dalam masyarakat mereka. Proses komunikasi ini berlaku dengan mudah kerana orang Cina memang terkenal dengan kegiatan berpersatuan.

Kajian juga mendapati bahawa perhatian terhadap berita politik adalah amat berbeza mengikut jenis media massa dan bangsa. Responden Melayu lebih memberikan perhatian kepada berita politik yang disiarkan dalam akhbar dan televisyen, manakala responden Cina memberikan perhatian kepada berita politik dalam akhbar sahaja.

Kesimpulan yang dapat dikemukakan ialah orang Melayu bergantung dan memberikan tumpuan mereka kepada media massa lebih daripada orang Cina, kecuali bagi akhbar yang masih kerap digunakan oleh responden Cina. Hal ini sesuai dengan andaian dan kegunaan dan kepuasan yang menyatakan keupayaan khalayak memilih media yang sesuai dengan diri sendiri. Mungkin bagi orang Melayu dan Cina, akhbar lebih memenuhi "selera" mereka tetapi radio pula tidak memenuhi "selera" mereka dari segi penyampaian berita politik. Soalnya sama ada dari segi berita atau jenis data yang memenuhi selera penonton dan pembaca. Mungkin bagi responden Melayu dan Cina, radio lebih merupakan alat penyampaian hiburan daripada menyampaikan berita politik. Bagi responden Cina pula berita televisyen tidak pula memberikan gambaran se-peritimana yang digemari mereka.

Analisis faktor ke atas 12 kenyataan kepuasan telah memberikan tiga faktor. Faktor-faktor ini dikenali sebagai pengawasan, identiti diri dan pengelakan. Daripada dua belas kenyataan kepuasan ini, enam kenyataan tergolong ke dalam faktor pengawasan, tiga kenyataan tiap-tiap satu bagi faktor identiti diri dan faktor pengelakan.

Faktor kepuasan ini memberikan gambaran bahawa dalam suasana pilihan raya terdapat tiga bentuk kepuasan yang dialami oleh khalayak ketika responden mengikuti berita politik. Daripada

ketiga-tiga faktor ini, faktor pengawasan adalah lebih ketara dan menonjol daripada dua faktor yang lain kerana terdapat enam daripada dua belas kenyataan kepuasan tergolong ke dalam faktor ini. Pentingnya peranan pengawasan adalah sebagai menyokong kepada keaktifan khalayak dalam mencari maklumat politik terutamanya isu-isu yang penting yang diketengahkan oleh parti-parti politik. Suasana pilihan raya, seperti berkempen, serta media massa yang memberikan liputan kepada aspek pilihan raya dengan sendirinya memberi peluang kepada khalayak untuk mengikuti dan mengambil tahu pergolakan politik di sekeliling mereka.

Faktor pengawasan bagi khalayak adalah penting kerana berguna untuk menambah dan memperkayakan lagi pengetahuan serta kemampuan bagi membolehkan mereka berinteraksi dengan orang lain. Faktor pengawasan ini mempunyai hubungan yang signifikan dengan identiti diri, pengelakan (negatif), pengetahuan tentang tokoh dan parti politik, perhatian terhadap berita politik dan minat, tetapi tidak signifikan dengan tingkat pelajaran. Perhubungan yang signifikan ini dapat memperkuuhkan lagi faktor pengawasan sebagai salah satu kepuasan yang dialami oleh khalayak dalam mengikuti berita politik semasa pilihan raya. Tiadanya perhubungan dengan tingkat pelajaran dengan sendirinya menjelaskan bahawa tingkat pelajaran tidak mempunyai perkaitan dengan pengawasan.

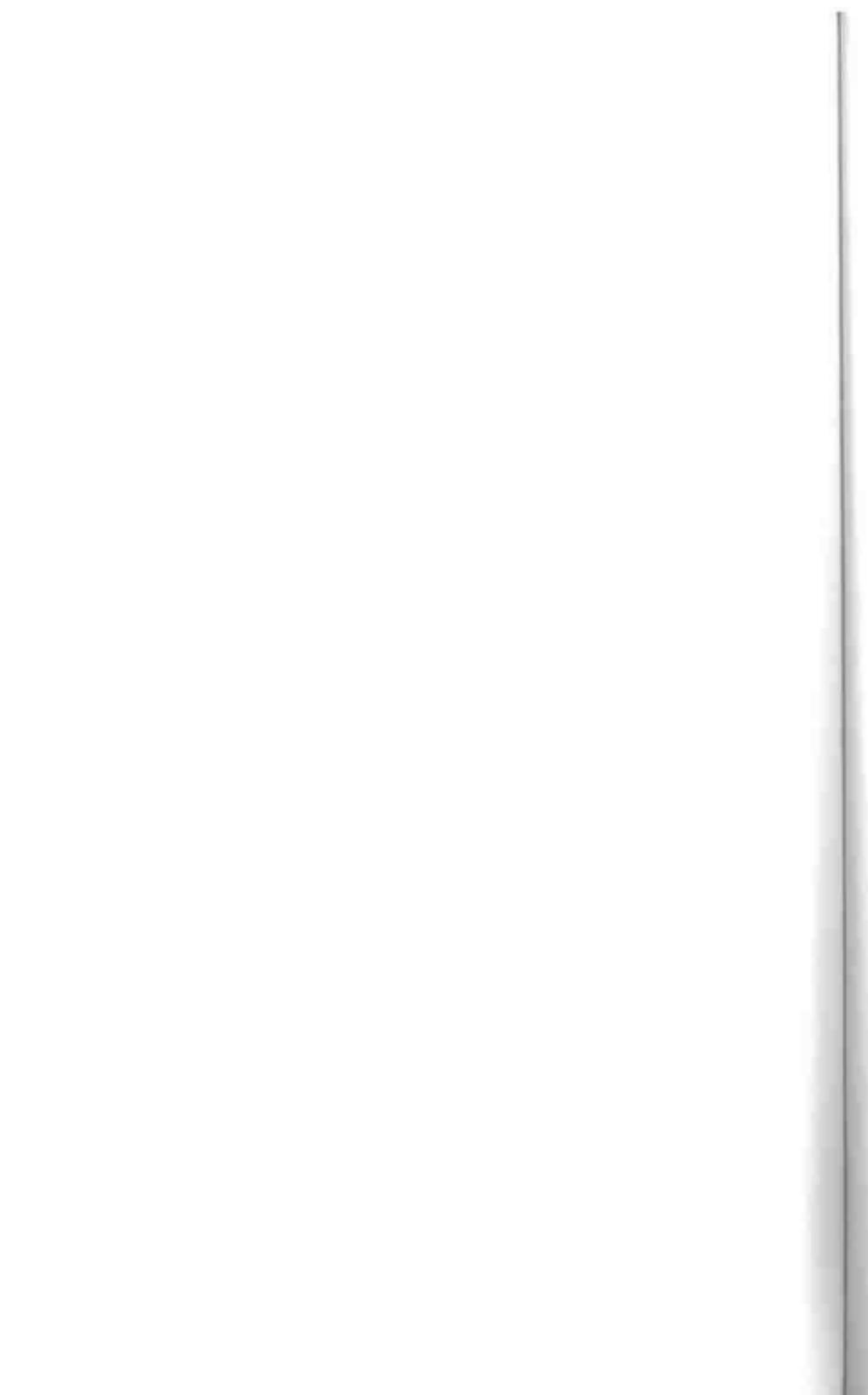
Identiti diri mempunyai hubungan yang signifikan dengan faktor pengawasan, pengelakan (negatif), pengetahuan tentang tokoh dan parti politik, perhatian terhadap berita politik dan minat, tetapi tidak signifikan dengan bilangan pengundian dan tingkat pelajaran.

Pendekatan kegunaan dan kepuasan media ini menekankan kepada penyesuaian khalayak kepada media. Dengan itu berkait rapat dengan proses pemilihan (*selectivity*) khalayak sama ada untuk mengelak daripada mendedah atau sedia mengikuti berita politik. Dalam kajian ini, pengelakan daripada mengikuti berita politik ini dipanggil sebagai faktor pengelakan. Terdapat tiga keadaan menyebabkan seseorang khalayak itu mengelak diri daripada mengikuti berita politik. Pertama, oleh kerana terlalu sibuk dengan diri sendiri; kedua, lebih mementingkan hal sendiri sahaja daripada mengikuti tentang orang lain; dan ketiga, lebih suka menghabiskan masa berchat daripada mengikuti berita politik.

Faktor pengelakan ini mempunyai hubungan negatif yang signifikan dengan pengawasan, identiti diri, perhatian terhadap berita politik, minat, tingkat pelajaran walaupun ia tidak signifikan dengan bilangan pengundian dan umur.

Implikasi Kajian

Andaian asas kepada pendekatan kegunaan dan kepuasan media ialah khalayak yang dianggap sebagai aktif.* Andaian ini secara langsung menolak hujah-hujah awal mengenai kuasa media yang dikatakan sangat kuat pengaruhnya serta memberikan kesan yang terus terhadap pengguna. Ini bermakna khalayak akan menerima apa sahaja yang disampaikan oleh media kepada mereka. Melalui premis pendekatan kegunaan dan kepuasan media ini, khalayak dianggap sebagai penggerak yang aktif kepada proses komunikasi itu dan tidak lagi sebagai pasif. Kajian ini sedikit sebanyak dapat menyokong andaian tersebut.



BIBLIOGRAFI

- Almond, Gabriel A & Coleman, James S. 1971. *The Politics of the Developing Areas*. New Jersey: Princeton University Press.
- Ball-Rokeach, Sandra J., Rokeach, Milton, & Grube, Joel W. 1986. "Changing and Stabilizing Political Behavior and Beliefs" dlm. Ball-Rokeach, Sandra J & Cantor, Muriel G. (ed.). *Media, Audience and Social Structure*. Beverly Hills: Sage Publications, hlm. 280 – 290.
- Becker, Lee B, McCombs Maxwell E & McLeod Jack M. 1975. "The Development of Political Cognitions" dlm. Chaffee, Steven H (ed.). *Political Communication*. Beverly Hills: Sage Publications, hlm. 21 – 65.
- Berelson, B. 1952. *Content Analysis in Communication Research*. New York: Stratford Press.
- Blumler, Jay G & Gurevitch, Michael. 1975. "Towards a Comparative Framework for Political Communication Research" dlm. Chaffee, Steven H. (ed.) *Political Communication*. Beverly Hills: Sage Publications, hlm 165 – 193.
- Blumler, J. G. & Katz, E. (ed.) 1974. *The Uses of Mass Communication: Current Perspectives on Gratifications Research*. Beverly Hills: Sage Publications.
- Bovée, C.C. & Arens, W.F. 1986. *Contemporary Advertising*. Illinois: Richard D. Irwin.
- Budd, W. R., Thorp K. R. Donohew, L. 1965. *Content Analysis of Communication*. New York: The Macmillan Press.
- Burns, R. B. 1980. *Essential Psychology*. Liverpool: MTO Press.
- Chaffee, Steven H. (ed.) 1975. *Political Communication: Issues and Strategies for Research*. Beverly Hills: Sage Publications.
- Chaffee, Steven H dan Tims, Albert R. 1982. "News Media Use in Adolescence: Implications for Political Cognitions" dlm. Burgoon, Michael (ed.) *Communication Yearbook 6*. Beverly Hills: Sage Publications, hlm. 736 – 758.
- Chaffee, Steven H. dan Schleuder, Joan. 1986. "Measurement and Effects

- of Attention" dlm. *Human Communication Research*, 13, 1, hlm. 76 – 107.
- Cheah Boon Kheng (ed.) 1987. *A Samad Ismail: Journalism and Politics*. Kuala Lumpur: Singamal Publishing Bureau.
- Elliott, P. 1974."Uses and Gratifications Research: A Critique and a Sociological Alternative" dlm. Blumler, J. G. & Katz, E. (ed.). *The Uses of Mass Communication: Current Perspectives of Gratifications Research*. Beverly Hills: Sage Publication, hlm. 249 – 268.
- Free, Lloyd A & Cantril, Hadley 1968. *The Political Beliefs of Americans: A Study of Public Opinion*. New York: A Touchstone Book.
- Feldman, O. dan Diskin, A. 1988."Critical Periods of News Coverage During an Election" dlm. *Campaign: The Case of Japan*. *KEIO Communication Review*, 9, hlm. 85 – 97.
- Glynn, Carroll J. dan McLeod, Jack M. 1982."Public Opinion, Communication Processes and Voting Decisions" dlm. Burgoon, Michael (ed). *Communication Yearbook 6*. Beverly Hills: Sage Publications, hlm. 759 – 774.
- Gurevitch, M. dan Blumler, J. G. 1979."Linkages Between Mass Media and Politics: A Model for the Analysis of Political Communications Systems" dlm. Curran, James, Gurevitch, Michael, dan Wallacott, Janet (ed.). *Mass Communication and Society*. Beverly Hills: Sage Publications, hlm. 270 – 290.
- Gale, Bruce (ed.) 1986. *Readings in Malaysian Politics*. Kuala Lumpur: Pelandok Publications.
- Hollander, E. 1971. *Principles and Methods in Social Psychology*. New York: Oxford University Press.
- Jamieson, K. H. 1984. *Packaging the Presidency: A Campaign and Criticism of Presidential Campaign Advertising*. New York: Oxford University Press.
- Janowitz, M. Hirsch, P. (ed.) 1981. *Reader in Public Opinion and Mass Communication*. New York: The Free Press.
- Katz, E., Blumler, J.G., & Gurevitch, M. 1974."Utilization of Mass Communications by the Individual" dlm. Blumler, J. G. & Katz, E. (ed.) *The Uses of Mass Communications: Current Perspectives on Gratifications Research*. Beverly Hills: Sage Publications, hlm. 19 – 32.
- Katz, E., Blumler, J. G., & Gurevitch, M. 1973/74."Uses and Gratifications Research" dlm. *Public Opinion Quarterly*, 37 (4) , hlm. 509 – 521.
- Katz, E., Gurevitch, M. & Haas H. 1973."On the Use of the Mass Media for Important Things" dlm. *American Psychological Review*, 38 (2), hlm. 164 – 181.
- Kippax, S. & Murray, J. P. 1980."Using the Mass Media: Need Gratifications and Perceived Utility" dlm. *Communication Research*, 9 (3), hlm. 335 – 360.
- Kocher, Renate 1986."Bloodhounds or Missionaries: Role Definitions of German and British Journalists" dlm. *European Journal of Communication*, 1, 1, hlm. 65 – 96.

BIBLIOGRAFI

- Lang, Kurt and Lang, Gladys Engel. 1986. *Politics and Television*. Chicago: Quadrangle Books.
- Lasswell, H. 1971. *Politics: Who gets What, When and How*. New York: The World Publishing Company.
- Lometti, C. E. Reeves, B. & Bybee, C. R. 1977. "Investigating the Assumption of Uses and Gratifications Research". *Communication Research*, 4 (3), hlm. 321 – 338.
- Kerlinger, F. N. 1973. *Foundations of Behavioral Research*. New York: Holt Rinehart & Winston.
- McCombs, M. E., & Shaw, D. L. 1984. "The Agenda-Setting Function of the Press" dlm. Graber, D. A. (ed.). *Media Power in Politics*. Washington D. C.: Congressional Quarterly.
- McQuail, Denis. 1987. *Mass Communication Theory*. Beverly Hills: Sage Publications.
- Moore, David W. 1987. "Political Campaigns and the Knowledge Gap Hypothesis" dlm. *Public Opinion Quarterly*, 51, 2, hlm. 186 – 200.
- Mueller, Clans. 1971. *The Politics of Communication*. New York: Oxford University Press.
- Nillesen, A.B dan Stappers J.G. 1987. "The Government as Communicator: A Dutch Dilemma" dlm. *European Journal of Communication*, 2, 4, hlm. 491 – 512.
- Ong Hock Chuan. 1986. "The Selling of Politic '86" dlm. *Sunday Star*, 7 September 1986.
- Pye, L. W. 1956. *An Analytic Study Aspects of Political Development*. Boston: Little Brown.
- Rogers, Everett M & Storey, J. Douglas. 1987. "Communication Campaigns" dlm. Berger, Charles R & Chaffee, Steven H. *Handbook of Communication Science*. Newbury Park: Sage Publications, hlm. 817 – 846.
- Rosengren, R. E. 1974. "Uses and Gratifications: A Paradigm Outlined" dlm. Blumler, J. G. & Katz, E. (ed.) *The Uses of Mass Communications: Current Perspectives on Gratifications Research*. Beverly Hills: Sage Publication, hlm. 269 – 286.
- Wright, C. R. 1975. *Mass Communications: A Sociological Perspective* (Edisi ke-2). New York: Random House.
- Nathan, Umi Thevi 1986. "Propaganda and Persuasion – Trends in the Malaysian Mass Media" dlm. *Media Asia*, 3 (2), hlm. 100 – 102.
- Palmgreen, P., Wenner, L. A., Rayburn J. D. II. 1980. "Relations Between Gratifications Sought and Obtained: A Study of Television News" dlm. *Communication Research*, 1980, 7 (2), hlm. 161 – 190.
- Shaver, K. G. 1977. *Principle of Social Psychology*. Massachusetts: Winthrop Publishers.
- Zakry Abadi, 1986. *Satu Analisa Pilihanraya Umum 86*. Kuala Lumpur: Syarikat Grafikset Abadi.

Temu Ramah

Ahmad Rejal Arbee, Ketua Pengarang BERNAMA, Jun 1986.

George John, pemimpin DAP Kedah, di Alor Setar, 30 Oktober 1986.

Halim Arshat, Ketua Pemuda PAS, di Alor Setar, 29 Oktober 1986.

Tan Sri Mohd Khir Johari, bekas Menteri, di Pejabat MAGNUM, Kuala Lumpur, 26 Jun 1986.

Mohd Nor Shamsudin, Ketua Pengarang *Utusan Malaysia*, di Prai, Pulau Pinang, 9 Disember 1986.

Datuk Mohd Yusof Nor, Menteri di Jabatan Perdana Menteri, di Kuala Lumpur, 26 Ogos 1986.

Ng Poh Tip, wartawan *The Star* Pulau Pinang, di Georgetown, 10 Disember 1986.

Ustaz Nakhaie Haji Ahmad, di Ibu Pejabat PAS, Gombak, Kuala Lumpur, Jun 1986.

Poh, P.K., wartawan *The Star*, di Alor Setar, 29 Oktober 1986.

Saat Man, Ketua Biro BERNAMA Kedah, di Alor Setar, 29 Oktober 1986.

Profesor Datuk Zainal Abidin bin Abdul Wahid, Jabatan Sejarah, Universiti Kebangsaan Malaysia, Jun 1986.

Zainon Ahmat, wartawan *The New Straits Times*, Jun 1986.

Zainuddin Maidin, *Utusan Melayu*, Jun 1986.

V.K. Chin, Ketua Pengarang STAR, di Petaling Jaya, Jun 1986.

INDEKS

- Akhbar nasional, 75
Akhbar tabloid, 70
Akta Hak Cipta 1987, 7
Akta Hasutan 1987, 7
Akta Percetakan dan Penerbitan 1984,
 7
Analisis Faktor Butiran Kepuasan, 91

Bacaria, 12
Baling, 23
Bank Bumiputra Malaysia Berhad, 34
Bank Islam, 33
Barisan Nasional, 17, 18, 19, 22, 23, 28,
 29, 31, 32, 34, 37, 40, 58
Bebas, 28, 29, 31
Berita Harian, XI, 11, 38, 39, 41, 43, 44,
 65, 66, 68, 71
Berita negatif, 55
Berita penyendal, 65
Berita Politik, 94, 95
Berita ringkas, 66
Berita tidak utama, 66
Berita utama, 66
Beriteks, 27
Berjaya, 12, 29
BERNAMA, XI
Bersih, Cekap dan Amanah, 32
Blumler & Gurevitch, 6, 7
Bovee & Arens, 84
Broadsheet, 70
Budd Score, 63, 69, 70, 71
Bumiputra Malaysia Finance (BMF),
 23, 24, 27, 34
Burns, 78
Bursa Saham Kuala Lumpur, 11
Business Times, 11

CCC, 22, 23
China Press, 11
Chinese Consultative Committee atau
 (CCC), 30
CUEPACS, 34

Daily Express 12
Daily Telegraph, 8
Darjah Kecenderungan Media Massa,
 8
Dasar Ekonomi Baru, 11, 64
Dasar Pandang ke Timur, 33
Dato Musa Hitam, 23, 34, 62
Dato' Seri Dr. Mahathir Mohamad, 63
Datuk Alex Lee, 11
Datuk Asri Muda, 31
Datuk Hussein Onn, 62
Datuk Pairin Kitingan, 93
Definitif, 5
Democratic Action Party (DAP), 21,
 25, 28, 29, 30, 31, 37, 43, 46, 54, 55,
 79
Demografi, 85
Dewan Undangan Negeri, 28, 31, 32
Dr. Mahathir Mohamad, 23, 32, 63, 92

Emir Enterprise, 12
Encik Abdul Ghafar Baba, XI, 16, 92,
 62, 64, 65, 66, 67, 68, 69, 71
Encik Lim Kit Siang, 92, 93

Faktor demografi, 80
Faktor pengawasan, 96
Front Sosialis, 28

- Haji Abdul Hadi Awang, 92, 93
 HAMIM, 30, 31, 46
 Harakah, 12
 Harian Kota, 38, 39, 40, 41, 44, 51
 Harian Nasional, 12
 Hollander, 77
 Howitt, 86
 Hulu Langat, 88
 Ibrahim bin Malimood, 34
 Ibrahim Libya, 34
 Idid, 90
 Iklan karikatur politik, 76, 75, 77, 80,
 81, 82, 83, 84
 Imej neutral, 64
 Imej positif, 65
 Institusi media massa, IX, 3, 4, 5, 14,
 16, 12
 Institusi politik, IX, 3, 4, 6, 12
 Jabatan Penerangan, 19
 Jabatan Perdana Menteri, XI
 Jackson, Beeck dan Kraus, 10
 Johor, 31
 Kaedah penyelidikan, 9
 Kaedah tinjauan, VIII, 9, 16, 88
 Kajang, XI
 Kampung Baru, 78
 Kampung Memali, 23, 34
 Katz, Blumber & Gurevitch, 86, 87
 Katz, Gurevitch dan Haas, 87
 Kawalan media massa, 6
 Kawasan kajian, 78.
 Kawasan Lake, 78
 Keaktifan khalayak, 96
 Kebudayaan politik, 4
 kecenderungan media massa, 6
 Kedah, 31
 Kegunaan dan kepuasan, 85
 Kelantan, 31
 Kenyataan Akhbar, 40
 Keperluan Afektif, 87
 Keperluan Integratif Persendirian, 87
 Keperluan Integratif Sosial, 87
 Keperluan Kognitif, 87
 Keperluan Pengelakan, 8
 Kerusi Parlimen, 28
 Ketua Menteri Sabah, 93
 Khalayak, IX, VII, VIII, X, 5, 6, 8, 9,
 10, 85, 96
 Komposisi bangsa, 88
 Komunikasi bersemuka, 92
 Komunikasi massa, X, 15
 Komunikasi politik, VIII, IX, 3, 8, 10,
 15, 16
 Konsep persyarikatan Malaysia, 33
 Konsepsual, 5
 Ladang Senawang, 78
 Lasswell, 5
 Latartinjau, 10
 Liputan Berita, 46, 58
 Liputan neutral, 54, 56
 Liputan positif, 56
 Luar Jalan Wise, 78
 Marlene Chong, 76
 Mat Ramli Che Mid, 34
 Matrik Rotated Varimax, 91
 MCA, 22, 23, 30, 34, 37, 38, 44, 54, 69,
 71
 McQuail, 5
 Media massa, X, 3, 5, 6, 7, 8, 21, 22, 26
 Melaka, 31
 Menteri Dalam Negeri, 34
 Menteri Kewangan Malaya, 11
 Merdeka, 12
 Mesej komunikasi, 85
 Metropolitan, 46
 MIC, 20, 22, 38, 44, 59
 Mimber Sosialis, 12
 Mingguan Kota, 12
 Mingguan Wanita, 12
 Model kerjasama, 26
 Model konflik, X, XI, 13, 14, 26
 Mohd. Hamdan Adnan, 7
 Momogun, 29
 Motif propaganda, 83
 Mukim Kajang, 88
 Multi-purpose Holding Berhad
 (MPHB), 11
 Nanyang Siang Pau, XI, 11, 38, 39, 41,
 43, 46, 48, 50
 NASMA, 25, 29, 43
 Negeri Sembilan, XI, 31
 New Straits Times, 41
 Nilai varians, 90
 Nixon, 6, 14

- Oh Her Sang, 79
 Ong Hock Chuan, 76
 Orientasi khalayak, 4
- Pahang, 31
 PAP, 28
 Paradigma, X, IX
 Paradigma Kerjasama atau ketundukan, 13
 Parlimen Malaysia, 32
 Paroi, 78
 Parti Allah, X, 22, 26
 Parti Buruh Sarawak, 29
 Parti Gerakan, 11, 28, 30, 34, 44, 46
 Parti Malaya, 28
 Parti Negara, 28
 Parti PBS, 12, 31, 36
 Parti Pembangkang, X, XI, 46, 49, 75, 77
 Parti Pemerintah, 47
 Parti Republican, 8
 Parti USNO, 12
 Parti-Konservatif, 8
 PAS, 19, 20, 22, 23, 24, 25, 26, 28, 29, 31, 37, 46, 51
 PBB, 31
 PBDS, 31
 Pegawai Penerangan Kajang, 88
 Pekemas, 28
 Pembangkang, 32, 41, 47
 Pembolehubah, 94
 Pembolehubah demografi, 83
 Pembolehubah sosioekonomi, 85
 Pemilihan Sumber Berita, 92
 Pendekatan kaedah, X, 15
 Pendekatan kegunaan dan kepuasan, 87
 Pendekatan penyelidikan komunikasi, 85
 Pengurus Magnum Corporation, XI
 Penyampai utusan, 4
 People's Mirror, 12
 Perak, 31
 Perdana Menteri, 18, 32
 Perikatan, 28
 Periklanan politik, 75, 76
 Peristiwa Memali, 34
 Perlembagaan Malaysia, 7
 Persyarikatan Malaysia, 33
 Perutusan, 5
 Pilihan raya mengejut, 27
 Pilihan Raya Umum 1986, XI, 21, 27, 28, 32, 34
 Poh, 15
 Political salesmanship, 76
 Portfolio Menteri Pertanian, 62
 PPP, 28
 Projek mewah, 34
 Proses komunikasi, VIII, 6, 8, 9, 15, 76, 95
 proses pemilihan, 96
 Proses penyampaian utusan, 5
 Proton Saga, 33
 PSRM, 29, 43
 Pulau Pinang, 31
 Pye, 76
- Rencana Pengarang, 40
 Rogers dan Storey, 9
- Sabah, 59
 Sabah Times, 12
 Saluran dan Utusan, VIII, 8
 Sarawak, 59
 Sarawak Tribune, 12
 Scandinavia, 8
 SDP, 25, 29, 43, 46
 Selangor, 31
 Selling politicians like soap, 76
 Senawang Jaya, 78
 Setiausaha Agung Barisan Nasional, 62
 Shaver, 78
 Shin Min Daily News, 11
 Sikap positif, 80
 Sin Chew Jit Poh, 38, 39, 40, 41, 43, 46, 48, 51, 55
 Skor Budd, 15
 Skor rendah, 69
 Skor tinggi, 69
 Snap election, 27
 SNAP, 28, 31, 46
 Soal kedekatan, 59
 Sosiodemografi, 89
 Spektrum politik, 76
 Sri Perdana, 34]
 Sumber, 5, 8
 Sungai Ujong, XI, 78
 SUPP, 31, 46
 Syarikat Fleet, 11, 38
 Syarikat Utusan Melayu (M) Berhad, 11, 38
- Taburan Silang, 80, 81, 83
 Tafsiran Responden, 82
 Tamil Nesan, 12, 38, 41, 43, 48, 50

PILIHAN RAYA UMUM

- Tamil Osai, 12
Tan Koon Swan, 30
Temu bual, 15
Teori demokratik-liberal, 13
Teori komunikasi, X
Terengganu, 22
The Chicago Tribune, 8
The Malay Mail, 11, 38, 40, 44, 46, 48, 51
The New Straits Times (M) Berhad, XI, 11, 38, 40, 43, 44
The Rocket, 12
The Star, XI, 11, 40, 41, 51, 64, 65, 68
Thinamani, 12, 38, 39, 40, 41, 43, 46, 55, 59
Timbalan Perdana Menteri, 18, 23, 34, 62, 68, 93
Tinjauan, 10, 15
Tong Bao, 11
Tun H.S. Lee, 11
UDP, 28
Ujikaji dan panel, 10
UMNO, 11, 22, 24, 30, 34, 37, 38, 44, 46, 50
Universiti Islam Antarabangsa, 33
USNO, 31, 46
Ustaz Abdul Halim Arshat, XI, 24
Ustaz Fadzil Nor, 19
Ustaz Hadi Awang, 20
Ustaz Nakharie Ahmad, XI, 19, 20, 22, 24
Utusan Malaysia, 11, 38, 39, 40, 41, 43
Utusan Melayu, 11

Wartawan sambilan, 17
Watan, 12
Wong Yauk, 79
Wright, 5

Y.B. Prof. Datuk Zainal Abidin Abdul Wahid, XI
Y.B. Tan Sri Mohd. Khir Johari, XI
Y.B. Dato' Yusof Nor, XI
Yusof Che Mid, 34

Zainal Abidin, 23

