Penentuan Agenda:

Peranan Media Massa dalam Pilihanraya Umum

Syed Arabi Idid

Penentuan Agenda: Peranan Media Massa dalam Pilihanraya Umum

Penentuan Agenda: Peranan Media Massa dalam Pilihanraya Umum

Syed Arabi Idid

Dewan Bahasa dan Pustaka
Kementerian Pendidikan Malaysia
Kuala Lumpur
1994

KK 320-7073 4101

Cetakan Pertama 1994
© Syed Arabi Idid 1994

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.

Perpustakaan Negara Malaysia Data Pengkatalogan-dalam-Penerbitan

Syed Arabi Idid, 1994
Penentuan agenda: peranan media massa dalam pilihan raya umum / Syed Arabi idid.
Bibliografi: hlm. 115
Mengandungi indeks.
ISBN 983-62-4397-6
1. Elections–Malaysia. 2. Campaign management-Malaysia.
3. Mass media–Malaysia. I. Judul. II. Judul : Peranan media massa dalam pilihan raya umum.
324.9595

Diatur Huruf oleh Dewan Bahasa dan Pustaka
Muka Taip Teks: Cheltenham
Saiz Taip Teks: 10/12 poin

Dicetak oleh
Percetakan Dewan Bahasa dan Pustaka
Lot 1037, Mukim Perindustrian PKNS
Ampang/Hulu Kelang
Selangor Darul Ehsan
RM12.00

Kandungan

Penghargaan **vii**

BAB I
Pengenalan **1**

BAB II
Penentuan Agenda **6**

BAB III
Pilihan Raya Dahulu dan Sekarang **23**

BAB IV
Pendapat Pengundi **38**

BAB V
Analisis Kandungan Akhbar **67**

BAB VI
Karikatur dalam Akhbar **87**

BAB VII
Penemuan **102**

BAB VIII
Rumusan dan Perbincangan **122**

Rujukan **129**

Indeks **135**

Penghargaan

Pilihan raya umum telah menjadi satu tradisi di Malaysia bagi rakyat menentukan parti manakah yang harus diberi mandat untuk menerajui kerajaan selama lima tahun akan datang. Bagi rakyat Malaysia, pilihan raya umum dianggap sebagai satu peristiwa yang akan berlaku. Kita tidak menyedari bahawa pilihan raya telah tidak banyak diamalkan di negara-negara membangun kerana parti memerintah tidak lagi memberikan kuasa untuk rakyat menentukan parti atau calon manakah yang mereka fikirkan sesuai untuk memerintah. Semua kuasa telah dirampas dari rakyat.

Banyak telah ditulis tentang pilihan raya umum di Malaysia namun kajian tentang kaitan pilihan raya umum dengan media massa amat berkurangan. Biasanya orang ramai mempunyai anggapan bahawa pengundi akan dipengaruhi oleh apa sahaja berita yang dibawa oleh media massa tetapi tidak dapat pula menunjukkan bagaimana pengaruh ini beroperasi.

Kajian ini mengambil pendekatan penentuan agenda untuk meneliti pertalian di antara media massa dengan pilihan raya umum. Sesuai dengan pendekatan ini dua kaedah kajian digunakan iaitu kaedah tinjauan (*survey*) dan kaedah analisis kandungan yang melibatkan temu bual dengan pengundi pada dua jangka waktu, iaitu sebelum dan selepas pilihan raya umum. Tinjauan seperti ini membenarkan maklum balas untuk mengetahui isu yang pengundi fikirkan.

Sebenarnya adalah sukar mengadakan tinjauan sebelum pilihan raya umum kerana tiada siapa (kecuali Perdana Mente-

ri) yang mengetahui tarikhnya. Kajian yang dilakukan pada bulan Julai dibuat secara kebetulan kerana kami tidak menjangka pilihan raya umum akan diadakan pada bulan Oktober, 1990.

Buku ini dapat disiapkan kerana bantuan yang diterima oleh beberapa pihak. Terima kasih saya ucapkan kepada Universiti Kebangsaan Malaysia atas bantuan penyelidikan yang membolehkan saya melakukan tinjauan selepas pilihan raya umum, membuat analisis kandungan dan melawat hampir ke seluruh Semenanjung Malaysia untuk mendapatkan bahan.

Saya mengucapkan terima kasih kepada tenaga pengajar di Jabatan Komunikasi atas kerjasama mereka. Chang Peng Kee, seorang pelajar tahun kepujian (dan kemudiannya sebagai pembantu penyelidik) membantu mengekod dan membuat kerja-kerja komputer.

Sebuah kajian tentang pilihan raya umum tidak dapat disempurnakan jika ahli-ahli politik sendiri tidak memberikan kerjasama mereka. Saya mengucapkan berbanyak-banyak terima kasih kepada mereka kerana telah melapangkan masa untuk ditemu bual.

Para wartawan yang saya sempat bertemu ketika melawat beberapa kawasan undi telah memberikan pendapat mereka terhadap isu-isu tertentu. Cabaran yang mereka hadapi sekarang adalah lebih rumit dan besar daripada apa yang saya alami ketika saya bertugas sebagai seorang pemberita BERNAMA dalam pilihan raya umum 1969.

Saya juga mengucapkan terima kasih kepada Suruhanjaya Pilihan Raya yang banyak memberikan kerjasama, bukan sahaja apabila saya membuat kajian tentang pilihan raya umum tetapi juga tentang pilihan raya kecil.

Kepada keluarga saya, Norma, Azalan, Azli dan Azura saya berterima kasih atas sokongan mereka.

Terima kasih juga diucapkan kepada Dewan Bahasa dan Pustaka dan editornya Rossilawaty bt. Sheriff yang menyelaras penerbitan buku ini sehingga berjaya diterbitkan tepat pada masanya.

Saya tujukan buku ini khas kepada ahli-ahli politik dan para wartawan kerana merekalah buku ini dapat dihasilkan.

SYED ARABI IDID,
Kajang.

1 Jun 1994.

Bab I

PENGENALAN

Pilihan raya umum biasanya menarik minat dan perhatian banyak pihak. Ia merupakan satu peristiwa yang bermakna kerana keputusannya akan menentukan masa depan semua lapisan rakyat. Setiap warganegara sama ada seorang peniaga, penanam modal, petani atau nelayan akan turut merasakan kesannya apabila sesebuah parti yang berjaya menubuhkan kerajaan.

Pilihan raya umum di Malaysia diadakan sesuai dengan keperluan Perlembagaan Negara. Semenjak Malaysia mencapai kemerdekaan pada tahun 1957, sebanyak lapan kali pilihan raya umum telah diadakan. Selain pilihan raya umum, rakyat Malaysia telah dibiasakan dengan pilihan raya kecil yang diadakan dari semasa ke semasa apabila berlaku kekosongan kerusi akibat perletakan jawatan atau kematian penyandangnya.

Dengan adanya pilihan raya umum dan pilihan raya kecil mungkin rakyat Malaysia beranggapan bahawa amalan memilih parti dan seterusnya membentuk kerajaan merupakan satu perkara biasa sahaja. Malahan ada yang tidak mengambil berat akan proses pengundian ini atau dalam bahasa Inggeris *taking things for granted.* Mereka tidak terfikir bahawa dalam beberapa buah negara, amalan membuang undi atau menentukan pemerintahan sesebuah kerajaan tidak lagi berada dalam tangan rakyat.

Malaysia merupakan sebuah negara dunia ketiga yang masih lagi memberikan hak kepada rakyatnya untuk memilih parti yang mereka fikirkan wajar bagi membentuk sebuah kerajaan. Dengan terdapat begitu banyak pilihan raya umum dan

pilihan raya kecil, rakyat Malaysia harus senantiasa berwaspada supaya hak yang ada, masih kekal dalam tangan mereka.

Sebagai warganegara biasa, pengundi akan turut merasakan dirinya sebagai seorang peserta dalam hal ehwal pentadbiran negara setiap kali mereka keluar mengundi. Mereka akan merasa pandangan mereka diambil kira. Pengundi mendapati bahawa setiap kali pilihan raya umum dan pilihan raya kecil diadakan setiap ahli politik akan peka terhadap cita-cita serta masalah yang mereka hadapi, tidak kira sama ada masalah itu berada pada peringkat daerah, negeri atau negara.

Pandangan pengundi secara individu atau pendapat publik secara satu kolektif menjadi satu pengawasan agar ahli politik yang telah memegang kuasa atau yang akan memegang kuasa terpaksa menghadapi rakyat apabila mereka menyatakan cita-cita mereka untuk bertanding semula atau berbuat demikian pada pertama kalinya.

Banyak sekali institusi yang terlibat dalam menjayakan pilihan raya umum. Selain daripada pihak Suruhanjaya Pilihan Raya dan parti politik, wartawan juga turut terlibat dan peranan mereka adalah berat. Wartawan diperlukan untuk menyampaikan maklumat melalui berita yang ditulis sama ada melalui media elektronik atau media cetak. Mereka membuat liputan untuk mencari dan menulis berita walaupun terpaksa berhadapan dengan berbagai-bagai cabaran. Fakta dan kesesuaian berita amat penting supaya ianya tidak melanggar undang-undang. Ini juga melibatkan pertalian mereka dengan editor kerana pada akhirnya apa yang ditulis oleh pemberita akan ditimbang oleh editor dan pengusaha media agar setiap berita itu memang wajar diterima dan disiarkan. Bagaimana dan mengapa satu-satu peristiwa itu dapat diterima sebagai berita, atau bagaimana dan mengapa satu-satu berita itu boleh diberikan penonjolan yang besar atau dikecil-kecilkan bukanlah menjadi tumpuan penulisan ini. Penulis yang lain dapat mengkaji secara lebih mendalam tentang pemilihan peristiwa sebagai berita. Kajian terhadap pemilihan berita adalah penting kerana kajian ini akan menggambarkan bagaimana berlakunya proses satu-satu peristiwa itu ditentukan sebagai berita, tetapi buat masa sekarang perkara tersebut adalah di luar daripada skop kajian ini.

Bagi ahli akademik, pilihan raya umum atau pilihan raya

kecil membolehkan mereka membuat analisis tentang peristiwa yang diadakan, menilai implikasi keputusan serta meninjau pola pengundian masa hadapan. Semenjak pilihan raya umum diadakan pada tahun 1955, ahli akademik telah menulis penemuan mereka dalam berbagai-bagai bentuk, sama ada dalam bentuk buku atau artikel dalam jurnal. Hasil kajian para akademik juga merupakan satu sumbangan kepada proses politik Malaysia. Ahli-ahli politik sedar akan sumbangan sarjana dan ini dapat dilihat dengan jelas melalui kerjasama yang mereka berikan.

Tujuan

Setiap kajian mempunyai tujuannya. Tujuan kajian dengan sendirinya akan mengehadkan skop penyelidikan. Kajian ini bertujuan untuk mengkaji pilihan raya umum tahun 1990 dari aspek institusi media massa, pendapat dan pandangan pengundi dan interaksi kedua-duanya dengan institusi politik melalui penentuan agenda.

Peranan media penting dalam menentukan pengundian daripada beberapa segi. Maklumat yang disampaikan melalui media massa menjadi bahan perbincangan pengundi untuk menentukan kemenangan parti politik pilihan mereka. Walau bagaimanapun kajian ini juga beranggapan bahawa pengundi juga memperolehi maklumat daripada sumber yang lain selain media massa. Sumber seperti kawan, jiran dan rakan sepejabat yang diperolehi melalui komunikasi antara individu juga memberikan maklumat kepada pengundi untuk membuat satu keputusan yang wajar apabila mereka keluar mengundi.

Penulis menganggap bahawa memang terdapat banyak sumber yang menjadi alternatif di Malaysia, selain sumber atau maklumat yang diperolehi melalui media massa. Lukisan dalam bentuk kartun, risalah, poster serta kain rentang memainkan peranan penting sebagai media dalam penyampaian utusan kepada pengundi. Malahan surat layang juga turut menyampaikan berita yang kurang menyenangkan parti lain. Sama ada benar atau mengandungi fitnah semata-mata tidak diketahui oleh masyarakat umum. Begitu juga kebenaran yang ada pada media massa atau sumber lain yang kadangkala sukar hendak dipastikan.

Kajian ini bertujuan meninjau pendapat pengundi tentang parti politik serta pandangan mereka tentang isu semasa yang mempengaruhi pemilihan parti politik. Pemboleh ubah sosio-demografi akan dikenal pasti untuk mengetahui bagaimana keadaan ini mempengaruhi persepsi pengundi terhadap parti politik pilihan mereka.

Kajian ini secara khususnya akan menggunakan pendekatan penentuan agenda untuk mengetahui sejauh mana isu yang dibangkitkan oleh media massa menjadi isu awam sewaktu pilihan raya umum diadakan. Pendekatan ini membenarkan kajian dibuat terhadap institusi media massa, pengundi dan juga kepada ahli politik.

Kaedah Kajian

Terdapat dua kaedah kajian yang utama digunakan dalam kajian ini iaitu kaedah analisis kandungan dan kaedah tinjauan. Temu bual tidak berstruktur digunakan untuk memperkukuhkan hasil kajian. Setiap kaedah ini mempunyai kekuatan dan kelemahannya. Penulis menganggap bahawa kaedah pelbagai menambah kesahan apabila hasil penemuan melalui satu kaedah disokong oleh kaedah yang lain (Brewer dan Hunter, 1989).

Kaedah analisis kandungan digunakan untuk mengetahui cara mana dan bagaimana akhbar melaporkan berita pilihan raya umum tahun 1990. Kajian ini sememangnya meneruskan usaha penulis dan rakan yang pernah melakukan kajian tentang pilihan raya umum tahun 1986 dan beberapa pilihan raya kecil (Syed Arabi Idid, 1992; Syed Arabi Idid dan Safar, 1993).

Kaedah tinjauan bertujuan untuk memperoleh pandangan pengundi terhadap isu semasa, termasuk sebab-sebab mereka memilih sesebuah parti politik. Temu bual dengan pemimpin daripada parti politik dan pengundi membolehkan kita mendapat pengertian yang lebih mendalam tentang perkara yang berlaku semasa kempen pilihan raya umum, yang mungkin tidak dapat dilihat dalam analisis kandungan atau semasa membuat tinjauan.

Kewajaran Kajian

Kajian pilihan raya umum bertujuan untuk mengetahui dengan

lebih mendalam trend pengundian dan isu-isu yang menjadi daya penarik para pengundi. Dalam kajian ini penyelidik bertujuan untuk mengkaji penggunaan media massa dalam proses pengundian, iaitu untuk mengetahui bagaimana dan mengapa media massa digunakan semasa kempen pilihan raya umum. Konsep kredibiliti, pendedahan kepada media massa dan berbagai-bagai pemboleh ubah sosiodemografi dikaji untuk mencari penjelasan terhadap fenomena yang berlaku dalam pilihan raya umum. Penentuan agenda digunakan sebagai satu pendekatan dalam kajian ini, iaitu satu pendekatan yang sangat kurang digunakan secara mendalam dalam mana-mana kajian di Malaysia atau di tempat-tempat lain dalam penyelidikan pilihan raya umum.

Skop Kajian

Kajian ini memberi tumpuan kepada pilihan raya umum tahun 1990 dengan mengaitkan institusi politik, institusi media dan pendapat publik di Malaysia. Tentang media massa, kajian akan memberi perhatian kepada akhbar harian nasional terbitan di Semenanjung Malaysia. Memandangkan kemungkinan ada kesan daripada sumber alternatif, kajian juga membuat analisis kandungan terhadap jenis karikatur yang terdapat dalam akhbar harian nasional untuk mengaitkannya dengan agenda publik.

Kesimpulan

Pilihan raya umum tahun 1990 memberi peluang kepada pengkaji untuk membuat kajian terhadap pendapat pengundi dan sebab mengapa pengundi memilih seseorang calon atau parti pada hari pengundian. Dalam mengakui peranan media massa dalam kehidupan rakyat biasa di Malaysia, kajian beranggapan bahawa media massa banyak memberikan maklumat yang mungkin menjadi asas bagi rakyat untuk membuat keputusan apabila mereka keluar mengundi. Ini tidak pula menafikan bahawa pengundi berupaya memperoleh maklumat daripada punca alternatif selain daripada media massa. Asas kajian ini ialah sejauh manakah agenda media boleh menjadi agenda publik.

Bab II

PENENTUAN AGENDA

Tujuan

Lazimnya, para sarjana akan membuat analisis tentang pilihan raya umum secara mendalam selepas peristiwa tersebut selesai. Perkara seperti ini tidak asing lagi sama ada sarjana itu membuat kajiannya di Amerika Syarikat, di United Kingdom atau di Malaysia.

Setiap sarjana menggunakan pendekatannya sendiri apabila membuat analisis terhadap keputusan pilihan raya umum. Pendekatan ini ditentukan oleh minat dan juga keahliannya. Apa jua pendekatan yang digunakan, kajian tentang pilihan raya umum memberikan sumbangan yang banyak kepada perkembangan ilmu politik, sosiologi politik dan ilmu komunikasi politik.

Kajian komunikasi politik kini tertumpu kepada pilihan raya umum di Malaysia yang diadakan pada bulan Oktober tahun 1990. Justeru itu beberapa pemboleh ubah yang terdapat dalam komunikasi digunakan untuk mendapat satu gambaran yang jelas atau dengan tujuan untuk mendapatkan penjelasan yang mendalam apabila komunikasi politik diterima sebagai satu pendekatan.

Latar Sejarah Kajian Komunikasi

Pada mulanya, kajian komunikasi menaruh andaian terhadap kekuatan utusan dalam media massa. Andaian ini lahir dari-

pada ketakutan yang sedia wujud semasa peperangan dunia, iaitu khalayak didedahkan kepada diayah musuh dan pemerintah sendiri. Keadaan ketakutan ini menyebabkan rakyat memberikan kepercayaan kepada apa jua utusan yang disampaikan oleh pemerintah mereka. Keadaan ini dikukuhkan lagi dengan propaganda antara budaya terhadap khalayak yang dinyatakan sebagai memang mudah mempercayai apa jua utusan yang dikirimkan melalui media massa.

Penemuan yang dihasilkan oleh Hovland dan rakan (Hovland, 1957; Hovland dan Janis, 1959) ialah tentang keupayaan utusan untuk mengubah tindak balas khalayak; malahan utusan daripada media massa dianggap begitu kuat sehinggakan mampu mengubah sikap pembacanya.

Premis tentang kekuatan pengaruh media massa mula dicabar dalam kajian yang dilakukan oleh satu kumpulan penyelidik dari Columbia University Bureau of Applied Research (Berelson, Lazarsfeld dan McPhee, 1954; Lazarsfeld, Berelson dan Gaudet, 1948). Pengkaji itu berpendapat bahawa adalah jelas terdapat kesan daripada media yang dapat dirasai secara berterusan tetapi kesannya adalah kecil. Kata mereka, kesan media adalah terbatas kerana terdapat pengaruh daripada punca yang lain seperti keluarga, kumpulan sosial dan kumpulan kerja, yang berjaya mengawal dan menapis pengaruh utusan tersebut. Penemuan ini telah memberikan pengertian yang besar kepada pengkaji komunikasi yang lain untuk mengkaji pengaruh media terhadap khalayak. Daripada premis yang menyatakan bahawa media begitu terpengaruh dan terkuat, maka kini mula dikemukakan satu anggapan baru, iaitu pengaruh media sebenarnya adalah terbatas. Media dikatakan mempunyai kesan yang minimum (*minimal effects of the media*).

Penerimaan premis terhadap kesan media yang minimum itu diterima oleh sarjana dalam darsawarsa 1960-an. Para pengkaji berikutnya telah memberikan penghargaan yang sedikit sekali terhadap peranan media dalam perubahan sikap atau perilaku manusia. Kata mereka, pemboleh ubah lain yang lebih terpengaruh dan oleh itu kajian tentang pengaruh media massa diketepikan dahulu.

Walau bagaimanapun terdapat juga sarjana yang memikirkan bahawa media massa mempunyai kesan terhadap manusia.

Pada hemat mereka media boleh mempengaruhi, tetapi ternyata usaha untuk memastikannya secara empirikal bagaimana media itu memang berkesan dan berpengaruh tidak selalu dapat mereka buktikan.

Darsawarsa 1970-an menampakkan perkembangan terbaru dalam minat kajian komunikasi. Ada sarjana yang memikirkan bahawa terdapat sesuatu yang tidak kena dengan kenyataan bahawa media massa tidak begitu terpengaruh kerana daripada penyerapan maklumat, mereka dapati media massa mempunyai pengaruh tetapi sukar untuk mengukur keberkesanannya. Mereka menyatakan bahawa premis tentang kesan minimum media itu tidak mengambil ketentuan terhadap penyerapan media dalam masyarakat. Kehadiran media massa seperti radio, akhbar, majalah, televisyen, video dan filem dalam masyarakat serta penggunaannya yang meluas oleh khalayak sendiri dapat menunjukkan bahawa sekurang-kurangnya secara deskriptif, media massa itu mempunyai kekuatannya yang tersendiri. Sarjana berpendapat mungkin sekali kajian yang lalu tidak dapat menunjukkan kekuatan media kerana ukuran yang kajian mereka gunakan itu tidak begitu peka terhadap keadaan yang sebenarnya. Malahan seorang sarjana dari Jerman membawa semula kekuatan pengaruh media massa terhadap sikap dan pemikiran pengundi (Noelle-Neumann, 1985, 1979) dengan menumpukan kajian terhadap kekuatan media massa untuk mengubah pendirian pengundi semasa pilihan raya umum.

Pada awalnya, kajian tentang kesan media massa dilakukan oleh ahli sosiopsikologi yang berminat dalam bidang sikap. Bagi mereka, pemboleh ubah terikat ialah perubahan sikap yang ditentukan oleh rangsangan seperti utusan. Apabila mereka tidak dapat membuktikan perubahan sikap, maka rangsangan seperti utusan di dalam media massa dinyatakan sebagai tidak berkesan. Memang diakui bahawa kajian di dalam bidang sikap merupakan satu kajian yang sukar kerana sikap itu sendiri mempunyai takrif kendalian yang amat sukar diberikan.

Kajian dalam bidang komunikasi bermula dengan memberi tumpuan terhadap kesan media massa ke atas sikap tetapi hasilnya kurang memuaskan. Disebabkan kesukaran yang dialami oleh sarjana, maka kajian dalam bidang komunikasi yang

dilakukan kemudiannya banyak menumpukan perhatian terhadap penggunaan media itu sendiri dan tidak menekankan tentang kesan daripada media massa ke atas khalayak. Clarke dan Kline (1974) berkata bahawa apa yang dipelajari oleh khalayak adalah lebih penting daripada apa yang dikaji dari sudut sikap. Pencarian maklumat muncul sebagai satu pemboleh ubah yang berbeza dengan apa yang dikaji terhadap perubahan sikap pada masa lalu. Penentuan agenda merupakan suatu pendekatan yang membawa banyak pengertian kepada sarjana yang sedang mencari pertalian di antara media massa dengan penambahan maklumat dan perilaku.

Penentuan Agenda

Penentuan agenda merupakan satu pendekatan dalam kajian komunikasi sebagai satu usaha para sarjana untuk meneliti penggunaan media massa oleh khalayak. Sebenarnya pendekatan ini meneruskan perbincangan di antara sarjana yang menganggapkan media massa mempunyai kesan yang kuat ke atas khalayak dan pada satu pihak yang lain yang menafikan keberkesanan media massa. Pihak yang kedua memegang kepada premis bahawa khalayak sendiri menentukan kesan yang mereka kehendaki dari media massa.

Pendekatan penentuan agenda yang dikemukakan oleh sarjana berada dalam satu kategori yang sama dengan pendekatan yang juga kepuasan pengguna mengandaikan kewibawaan ahli-ahli masyarakat untuk menentukan secara aktif kegunaan media massa dan dengan itu menentukan kesan dari media massa itu.

Idea tentang penentuan agenda telah dikemukakan buat pertama kalinya oleh Cohen (1963), tetapi kajian secara empirikal, pendekatan penentuan agenda itu diperkenalkan oleh McCombs dan Shaw (1972) yang menyatakan bahawa media massa tidak berkesan sangat dalam mempengaruhi fikiran tetapi amat berkesan dalam mempengaruhi apa yang hendak difikirkan. Mereka mengusulkan pendapat tentang wujudnya pertalian yang rapat di antara liputan media massa dengan apa yang menjadi buah perbincangan orang ramai. Dengan lain perkataan isu yang ditonjolkan oleh media massa, iaitu sebagai

agenda media, mempunyai pertalian rapat dengan isu yang dibincang oleh publik iaitu agenda publik.

Pendekatan penentuan ini mengandungi dua konsep yang mempunyai pertalian erat di antara satu sama lain iaitu konsep agenda media dan konsep agenda publik. Kedua-dua konsep ini berkait secara positif iaitu lebih tinggi penonjolan agenda media maka lebih tinggi agenda publik. Ada sarjana yang berpendapat bahawa pertalian ini wujud secara monotonik iaitu lebih besar isu dibangkitkan oleh media maka lebih banyak ia dijadikan isu perbincangan dalam masyarakat tetapi penemuan dalam beberapa kajian empirikal tidak mengesahkan keadaan ini.

Banyak kajian telah dibuat semenjak pendekatan penentuan agenda dikemukakan. Sehingga hari ini penemuan yang diperolehi telah menampakkan hasil yang berbeza; ada yang menyokong dan ada pula yang sukar untuk mempertahankan pendekatan penentuan agenda ini (McCombs, 1981).

Sebagai satu pendekatan di dalam bidang komunikasi, sarjana juga ingin menguji pendekatan itu sebagai satu teori. Setakat ini banyak persoalan dari segi konsepsual, ukuran dan ujian memerlukan perhatian yang sewajarnya.

Agenda dapat ditakrifkan sebagai isu, iaitu isu atau berita yang dimuatkan dalam media massa. Bagi menentukan adanya pertalian di antara agenda media dan agenda publik, maka isu yang dibangkitkan dalam media massa perlu mempunyai persamaan dengan isu yang dibincangkan oleh ahli masyarakat biasa. Bagaimanapun keadaan ini tidak selalu berlaku. Ada perkara yang dibangkitkan oleh media tidak mendapat sambutan yang sewajarnya oleh masyarakat sebagai agenda dalam perbincangan mereka. Ini menunjukkan bahawa masyarakat mempunyai agenda yang berlainan dengan apa yang dibangkitkan oleh media, iaitu satu hal yang tidak diramalkan oleh penentuan agenda.

Kajian tentang penentuan agenda banyak dilakukan di Amerika Syarikat dengan isu politik menjadi ukuran antara agenda media dengan agenda publik. Dalam suasana kajian dilakukan ketika pilihan raya Kongres atau Senat atau presidensi sendiri, isu politik amat menonjol sekali. Para sarjana mempertahankan kajian yang dilakukan pada waktu itu kerana berpendapat pada waktu itulah perkara-perkara hangat diper-

bincangkan dan kajian yang mendalam dapat dibuat tentang konsep penentuan agenda. Mungkin atas perkiraan demikian maka penentuan agenda itu lebih bersifat satu kajian dalam bidang komunikasi politik daripada bidang yang lain. Ini tidak pula bermakna bahawa penentuan agenda itu hanya dikhususkan kepada liputan berita politik atau perbincangan tentang perkara yang berkaitan dengan isu politik sahaja. Isu tentang pencemaran alam sekitar, kemalangan dan isu sensitif juga boleh menjadi bahan kajian dengan menggunakan pendekatan penentuan agenda. Malahan terdapat satu kajian tentang isu AIDS sebagai isu media dan publik dengan menggunakan pendekatan penentuan agenda (Rogers, Dearing dan Chang, 1991).

Jika agenda media dikatakan memberi bahan untuk dijadikan agenda publik, siapakah yang sebenarnya mencetuskan agenda media itu. Kajian yang dilakukan oleh Stamm (1987) tentang ucapan dasar presiden Amerika Syarikat (*State of the Union Address*) oleh Carter dan Nixon mendapati bahawa adakalanya ucapan presiden boleh dijadikan agenda dalam media dan kadangkala perkara yang dibangkitkan oleh media dijadikan sebagai bahan (agenda) dalam ucapan dasar presiden. Mengikut penemuan Stamm (1987) Presiden Carter lebih memberikan tindak balas kepada apa yang dibangkitkan oleh media sebaliknya Presiden Nixon tidak menghiraukan agenda media dan beliau sendiri yang menentukan agenda dalam ucapannya. Ini kemudiannya dijadikan agenda media. Perkara yang amat menarik sekali bagi pengkaji penentuan agenda ialah siapakah yang menjadi penentu agenda di media. Adakah para pemberita dan editor yang menentukan agenda atau adakah mereka dipengaruhi oleh pemimpin-pemimpin parti politik yang mempengaruhi mereka untuk menyiarkan beberapa isu supaya ia dijadikan sebagai agenda media?

Isu kedua dalam kajian penentuan agenda ialah apakah agenda yang diminati oleh khalayak. Sekiranya andaian bahawa khalayak berhak untuk menentukan sendiri agenda mereka, maka mereka akan memilih agenda yang sesuai bagi diri mereka. Persoalannya apakah ciri yang menentukan bahawa satu agenda media itu akan diterima dan dijadikan sebagai agenda publik? Sewaktu pilihan raya memang wajar jika kita membuat kesimpulan bahawa apa jua yang berkaitan dengan isu politik akan dijadikan bahan perbincangan atau

perbualan. Ini tidaklah menghairankan kerana tumpuan pengkaji adalah tentang pilihan raya umum dan perasaan orang ramai adalah bagi mendapat maklumat untuk membuat keputusan dalam memilih calon yang sesuai. Dalam usaha memilih calon atau parti, pengundi dianggap sedang mencari maklumat untuk membuat keputusan dalam memilih calon yang sesuai. Dalam usaha memilih calon atau parti, pengundi dianggap sedang mencari maklumat daripada media massa dan kawan sebelum membuat sesuatu keputusan muktamad. Berdasarkan hakikat tersebut maka kajian yang menggunakan penentuan agenda kerap menjadikan pilihan raya umum sebagai situasi terbaik bagi menguji kajian mereka.

Kajian yang dilakukan tidak menunjukkan secara muktamad pertalian di antara agenda media dan agenda publik. Adakalanya khalayak sendiri memilih agenda tanpa melibatkan agenda yang dikemukakan oleh media. Adakalanya pula apa yang ditonjolkan sebagai berita tidak dianggap penting oleh khalayak. Apa yang harus menjadi bidang kajian seharusnya berkisar kepada isu yang boleh dijadikan agenda media di samping menjadi agenda publik. Kajian di dalam bidang difusi berita menampakkan pertalian yang rapat di antara berita utama dengan berita yang tersebar luas dan hangat diperbincangkan oleh ahli-ahli masyarakat (Miller, 1945; Rosengren, 1968; Syed Arabi Idid, 1981, 1976). Walau bagaimanapun terdapat perbezaan antara kedua-dua pendekatan (penentuan agenda dan difusi berita) ini iaitu penentuan agenda menekankan kepada pelbagai isu manakala difusi berita hanya menekankan terhadap penyebaran satu isu sahaja.

Calon politik ingin supaya apa yang dikemukakan oleh mereka dijadikan sebagai bahan berita. Para pemberita pula bersungut kerana pendapat calon politik ini memberikan isu yang kabur sehinggakan sukar bagi mereka untuk menjadikannya berita. Bagi calon, isu yang hendak diketengahkan perlu mendapat sokongan para pengundi, dan mereka begitu berhati-hati agar tidak mengemukakan isu yang akan menyebabkan mereka kehilangan pengaruh. Jadi isu yang dimainkan oleh calon biasanya kabur tetapi isu yang dimainkan oleh media massa lebih bersifat fakta (Colin Seymour-Ure, 1987).

Walau bagaimanapun isu yang dibangkitkan bergantung kepada masa berkempen, jenis media yang membawa isu ter-

sebut, jenis isu dan ciri pengundi. Isu di dalam penentuan agenda tidak tetap (Seymour-Ure, 1974) kerana berubah mengikut suasana pilihan raya umum.

Beberapa Penemuan

Beberapa penemuan telah diperolehi hasil daripada kajian yang dilakukan khususnya di Amerika Syarikat dan United Kingdom. Dalam kajian terakhir ini, sarjana mendapati bahawa ramai pengundi yang kurang mengenali parti politik. Ini amat berbeza sekali dengan keadaan beberapa tahun yang lepas, iaitu para pengundi lebih mengenali parti politik daripada calon parti.

Apabila diketahui tentang perubahan pendirian pengundi terhadap parti dan calon, maka pengundi didapati lebih mementingkan isu dan imej calon. Terdapat kajian yang mengatakan bahawa pengundi lebih cenderung mengundi berdasarkan isu yang dikemukakan (Billingsley & Ferber, 1981) dan imej calon itu sendiri (Campbell, 1986). Kesimpulannya ialah akibat daripada kurangnya mengenali parti maka isu kempen serta imej calon telah menjadi penting kepada pengundi (Choi & Becker, 1987).

Sistem politik di Amerika Syarikat telah mewujudkan keadaan yang parti politik tidak banyak membantu calon dan menyebabkan ramai calon tidak bergantung dengan parti untuk membantu mereka. Hakikat ini memaksa calon mencari alternatif lain bagi mendampingi pengundi sama ada untuk memperkenalkan diri atau memberitahu pengundi tentang pendiriannya terhadap isu tertentu.

Keadaan ini menjadikan seseorang calon itu terpaksa gigih berkempen dan menjelajah ke merata bandar kecil, desa, kilang dan pasar raya untuk bersalaman dengan pengundi. Memberi ceramah di pasar atau di majlis keramaian tidak menjadi masalah bagi seseorang calon kerana dengan berbuat begini sahaja seseorang calon dapat mendekati pengundi.

Walau bagaimanapun kawasan pengundian yang amat luas menjadi masalah kepada semua calon yang bertanding. Bagi calon gabenor, ia terpaksa menjelajah ke seluruh negeri, dan jika dia seorang calon presiden, dia terpaksa pula menjelajah

ke seluruh negara. Keadaan ini memakan masa, tenaga dan wang yang banyak serta memerlukan satu jentera pentadbiran yang cekap bagi calon yang hendak bertanding dalam apa jua jawatan yang diingini.

Bagi mengatasi masalah geografi, calon-calon pada ketika ini lebih menumpukan strategi dengan berkempen melalui media massa. Mereka tidak perlu menjelajah ke merata tempat kerana dapat menggunakan media massa untuk menyampaikan utusan dan isu serta menunjukkan wajah mereka kepada publik.

Kempen pertama yang menggunakan televisyen secara meluas ialah ketika Kennedy bertanding dengan Nixon untuk jawatan presiden Amerika Syarikat. Nixon dikatakan kurang bersedia berbanding dengan Kennedy yang menampakkan ciri-ciri seorang calon yang matang dan berparas baik serta berjaya menunjukkan satu imej yang positif kepada pengundi. Khalayak dikatakan lebih tertarik untuk mengundi Kennedy daripada Nixon.

Media massa telah muncul sebagai satu institusi yang berpengaruh dalam bidang politik dengan wujudnya televisyen. Media massa elektronik ini telah membawa satu perubahan dalam gaya kempen politik yang diadakan di Amerika Syarikat. Pakar-pakar politik mula menyedari kekuatan dan kesan pengaruh televisyen apabila Presiden Kennedy menggunakan alat ini untuk menonjolkan imejnya sebagai seorang calon yang berkaliber dan berpengetahuan. Walaupun media-media lain, seperti radio dan akhbar banyak digunakan tetapi pengaruh mereka didapati agak kurang berbanding dengan televisyen.

Dengan menggunakan televisyen, bermakna calon politik dapat menghubungi pengundi tanpa menghadapi masalah geografi dan masa. Calon mendapati bahawa ia tidak perlu berada di semua tempat untuk bersalam-salaman dengan pengundi kerana memadai baginya menggunakan televisyen dan menyiarkan muka atau wajahnya untuk ditonton oleh setiap pengundi. Televisyen telah digunakan dengan begitu kreatif seolah-olah calon bercakap sendiri dengan pengundi.

Telah timbul dua kesan akibat daripada pendedahan terhadap media (Goldenberg & Traugott, 1987). Kesan pertama, akibat pendedahan terhadap media secara umum, berkaitan rapat dengan kebolehan pengundi untuk mengenal calon. Ini merupa-

kan kesan daripada persembahan imej atau cara memperkenalkan diri. Kesan kedua, akibat pendedahan terhadap pengiklanan pengundi berupaya mengenal dan memberikan satu *rating* kepada calon. Ini merupakan pemilihan awal yang dibuat oleh pengundi terhadap calon yang sedang bertanding.

Weaver (1982) menyatakan bahawa peranan media pada peringkat awal adalah untuk mengenalkan nama dan imej calon secara umum dengan menghebahkan calon yang akan bertanding. Pada tahap ini ramai calon yang akan diperkenalkan, tetapi jumlah calon yang akan diberikan perhatian oleh media lama-kelamaan akan berkurangan. Tahap ini dikenali sebagai penentuan agenda imej (*Image Agenda-Setting*). Dalam kajiannya, Weaver (1982) mendapati bahawa 70% pengundi mengetahui bahawa terdapat tiga orang calon yang akan bertanding untuk merebut kerusi presiden Amerika Syarikat, tetapi apabila kempen berjalan beberapa ketika, beliau mendapati bahawa lebih ramai pengundi yang hanya mengetahui dua orang calon sahaja iaitu Carter dan Reagan. Pengenalan kepada hanya dua calon itu mungkin berlaku kerana sistem politik di Amerika Syarikat, menunjukkan calon-calon akan mengundur diri apabila mereka kurang mendapat kepercayaan pengundi pada awal pilihan raya.

Sebenarnya pengkaji tidak dapat memastikan cara agenda media itu mempengaruhi pemilihan calon. Andaian yang mengatakan bahawa apabila agenda media itu selari dengan agenda publik, maka pengundi yang akan mengundi calon yang membawa isu tersebut didapati diterima dengan mudah. Para pengkaji lebih yakin bahawa pengaruh ini lebih kompleks daripada hanya melihat pengaruh media secara langsung ke atas sikap atau perilaku pengundi.

Pengkaji mula melihat beberapa pemboleh ubah lain seperti taraf pendidikan, pendapatan, motivasi, dan afilasi parti bagi menjelaskan lagi pertalian yang wujud di antara agenda media dan agenda publik. Ada pengkaji yang mendapati bahawa akhbar akan mempengaruhi pengundi yang membincangkan politik dengan orang lain. Televisyen pula lebih mempengaruhi mereka yang kurang berbincang tentang politik dengan orang lain (Hugel, *et al.*, 1989) maka agenda yang dibangkitkan oleh akhbar dijadikan bahan perbincangan. Ini menyokong penemuan yang dibuat oleh Weaver (1982) yang

mendapati bahawa agenda media adalah lebih mirip dengan agenda publik daripada televisyen. Penemuan Weaver ini selari dengan penemuan pengkaji lain yang mendapati bahawa lebih ramai pengundi yang menggunakan akhbar untuk mendapatkan maklumat tentang isu pilihan raya berbanding dengan media lain.

Terdapat juga penemuan yang menunjukkan pengaruh televisyen bagi pengundi yang kurang berpendidikan atau kurang arif tentang isu pilihan raya. Bagi mereka yang kurang aktif dalam politik, maka isu yang dibangkitkan harus dipersembahkan dengan mudah supaya mereka faham. Peranan ini jelas dapat dimainkan oleh televisyen untuk memaparkan isu kompleks secara mudah bagi difahami oleh mereka yang kurang berpendidikan dan kurang arif dalam isu tersebut.

Usaha untuk menentukan sesuatu peristiwa sebagai berita dan menjadikan sesuatu berita itu besar adalah bergantung kepada kebijaksanaan penyunting berita. Jika sesuatu berita itu diberikan liputan dalam halaman pertama, atau ditulis dan disertakan dengan gambar, maka berita tersebut akan mendapat perhatian yang lebih daripada pembaca berbanding dengan berita lain. Fungsi para penyunting yang dianggap sebagai pengawal maklumat itu penting apabila kita membincangkan tentang peranan penyunting untuk mempengaruhi agenda dalam perbincangan umum.

Masalah dalam Kajian Penentuan Agenda

Semenjak hipotesis penentuan agenda dikaji secara empirikal oleh McCombs dan Shaw (1972) para pengkaji telah mengikuti langkah mereka untuk meneliti secara mendalam pengaruh agenda media ke atas agenda publik dan pertalian yang terdapat di antara kedua konsep tersebut.

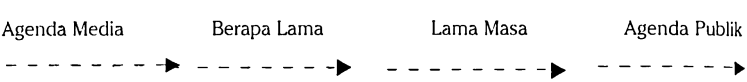
McCombs (1981) telah meneliti semula kemajuan yang dicapai pada tahun yang lampau dan mendapati bahawa pengkaji dalam bidang penentuan agenda lebih banyak membuat kajian yang bercorak penerokaan (*exploratory*) daripada membuat kajian bercorak replikasi. Menurutnya, kajian replikasi membolehkan penggubalan konsep serta hipotesis yang lebih kukuh untuk menerima penentuan agenda sebagai satu teori.

Pandangan McCombs dan Shaw (1972) ini mempunyai nilainya tetapi sesuatu bidang itu akan menjadi lebih kuat sekiranya kajian dibuat secara penerokaan dan replikasi. Kajian penerokaan membolehkan konsep lain diperkenalkan untuk mencari pemboleh ubah yang lebih. Dalam erti kata lain konsep baru akan dapat menjelaskan lagi fenomena yang kurang dijelaskan oleh konsep yang lama.

Kajian berbentuk replikasi membenarkan konsep diuji dalam pelbagai keadaan dan masa. Mungkin dalam kajian yang berbentuk empirikal, ukuran menjadi masalah untuk dijadikan sebagai tanda kepada konsep yang sedang diuji. Kajian berbentuk empirikal membolehkan ujian terhadap konsep yang sama diuji beberapa kali sebelum seorang pengkaji itu yakin untuk menyatakan bahawa konsep yang diukur itu sama maksudnya.

Satu kekuatan replikasi yang ada pada semua bidang ialah ia boleh dilakukan dalam kebudayaan yang berlainan. Konsep yang difahami dalam sesuatu kebudayaan berlainan pula ertinya apabila diuji dalam satu budaya yang berbeza. Jika penemuannya didapati sama dengan menggunakan konsep yang serupa maka bidang tersebut menjadi lebih berhasil daripada pengalaman kajian yang baru itu.

Satu konsep yang sering dibincangkan dalam kajian penentuan agenda ialah masa. Bilakah sebenarnya masa yang dianggap sesuai untuk dikaji? Bilakah masa yang sesuai untuk mengetahui sama ada satu agenda itu dihasilkan oleh media dan bilakah pula masa yang sesuai untuk mengkaji agenda yang ada pada publik. Eyal, Winter dan DeGeorge (1981) telah menyenaraikan tiga rangka waktu untuk diambil kira ketika membuat kajian dalam penentuan agenda. Konsep waktu yang pertama ialah keseluruhan jangka waktu dari waktu terdapat agenda media hinggalah kepada waktu untuk menguji agenda publik. Jangka waktu keseluruhannya itu dibahagikan pula kepada dua iaitu jangka waktu agenda media dan jangka waktu agenda publik. Mereka berpendapat adalah perlu untuk mengetahui berapa lamakah masa yang diperlukan supaya sesuatu isu itu dianggap sebagai agenda media sebagaimana perlu diketahui berapa lamakah sesuatu isu itu menjadi agenda dalam publik seperti yang dikemukakan oleh Eyal, Winter dan DeGeorge (1981) (Lihat Rajah 2.1).



Rajah 2.1 Jangka Waktu dalam Penentuan Agenda

Seperti yang dapat dilihat dalam Rajah 2.1, jangka waktu perlu diberikan perhatian yang sewajarnya. Konsep masa sendiri dapat menentukan bila masa yang sebenarnya satu kajian itu harus dilakukan. Misalnya ada jangka masa tertentu diperlukan untuk mengukur masa sesuatu berita itu menjadi agenda media ("A" dalam Rajah 2.1) dan terdapat satu masa tertentu bagi menguji bila isu tersebut menjadi agenda publik ("E" dalam Rajah 2.1). Daripada pandangan ini, masa telah menjadi satu masalah yang harus diberikan perhatian yang sewajarnya oleh pengkaji.

Kajian yang dilakukan oleh McCombs dan Shaw (1972) tentang penentuan agenda memerlukan mereka menggunakan jangka waktu selama 3½ minggu, iaitu kajian terhadap agenda media selama 3½ minggu dan dalam masa yang sama mengkaji tentang agenda publik selama 2½ minggu. Mengikut Eyal, Winter dan DeGeorge (1981) kajian oleh McCombs dan Shaw (1972) itu tidak mempunyai elemen jarak jangka waktu di antara agenda media dan agenda publik.

Sebenarnya jarak jangka waktu tidak sangat diberikan perhatian oleh sarjana dalam penentuan agenda. Misalnya, Cohen (1975) menggunakan rangka jangka waktu (*time frame*) selama tiga tahun ketika mengkaji isu Lake Monroe di Bloomington. Ada pula sarjana yang tidak menggunakan jarak jangka waktu (*time lag*) tetapi ada pula sarjana yang menggunakan jarak jangka waktu yang singkat misalnya selama satu atau dua minggu sahaja (Eyal, Winter dan DeGeorge, 1981).

Dalam satu kajian, Stone dan McCombs (1981) mencadangkan supaya diterima jarak waktu selama dua hingga enam bulan untuk membenarkan agenda media diserapkan dalam masyarakat untuk menjadi agenda publik. Walau bagaimanapun Salwen (1986) mendapati dalam isu persekitaran, jarak waktu selama lima hingga tujuh minggu adalah diperlukan sebelum agenda media menjelma sebagai agenda publik.

Apa yang harus diteliti ialah tentang isu yang menjadi agenda media dan agenda publik. Jenis isu dan masa pada bila isu itu dibangkitkan menjadi penentuan. Bagi isu yang tidak melibatkan pengalaman harian masyarakat, seperti isu kecil mengenai hal ehwal luar negeri, maka isu tersebut akan mengambil masa yang lama sebelum ia diterima sebagai agenda publik. Sebaliknya pula isu yang berkait dengan pengalaman harian seperti soal-soal ekonomi atau politik maka isu tersebut akan cepat menjadi agenda publik.

Lang dan Lang (1981) memberitahu bagaimana sesuatu isu itu harus dianggap sebagai agenda bagi media dan publik apabila mereka mengambil sebagai contoh kajian tentang "*Watergate*". Kes "*Watergate*" telah lama menjadi liputan berita tetapi pada awalnya ia tidak dianggap sebagai agenda publik kerana kes itu begitu kabur. "*Watergate*" muncul sebagai agenda publik apabila media memberikan liputan yang berterusan dan khalayak sendiri menganggap peristiwa itu melibatkan mereka. "*Watergate*" pula dengan sendirinya menjadi peristiwa akibat dari perkembangan politik negara serta kejadian penangkapan dan kemalangan.

Lang dan Lang (1981) berpendapat agenda publik diwujudkan melalui satu proses yang melibatkan media, minat politik, dan peristiwa yang melibatkan orang utama. Peranan media bukan hanya sekadar memberi liputan, tetapi liputan tersebut harus melibatkan orang ramai supaya mereka mengambil pendirian tertentu terhadap isu yang dibangkitkan. Justeru itu, dalam menjadikan sesuatu isu itu sebagai agenda publik, ia perlu melalui tiga tahap.

Pertama, sesuatu isu itu harus mempunyai ciri tertentu yang memerlukan orang ramai berbincang dan memikirkannya. Isu ini boleh diwujudkan oleh individu atau suatu kumpulan atau sesuatu aktiviti. Isu tersebut harus mempunyai sifat yang menyebabkan orang ramai merasakan diri mereka terlibat sama.

Kedua, isu itu harus menjadi fokus masyarakat dan memberi pengertian atau makna sebagai masalah yang dianggap penting oleh orang ramai. Ketiga, isu itu apabila dikaitkan dengan simbol kedua, iaitu pendirian atau nilai yang terdapat dalam masyarakat, maka barulah ia menjadi sesuatu yang berkembang sebagai isu dalam masyarakat.

Akhir sekali, perlu muncul jurucakap masyarakat bagi membincang isu yang dibangkitkan oleh media. Jurucakap ini harus mengetahui cara media beroperasi kerana ia akan berhadapan dengan pemberitaan pihak sebaliknya. Perantaraannya ialah media.

Berdasarkan ciri isu yang dibangkitkan oleh Lang dan Lang (1982), sebelum sesuatu isu dijadikan agenda publik tidak menghairankan jika penentuan agenda itu sebenarnya ditentukan oleh pelbagai jenis isu dalam masa yang bersesuaian. Sesuatu isu akan timbul dan kemudian media massa akan membangkitkan isu yang lain untuk menjadi agenda publik.

Selain dari konsep masa, pengkaji mungkin mengambil kira konsep yang lain. Pendidikan dan pendapatan boleh mempengaruhi sesuatu agenda media, untuk dijadikan sebagai agenda publik. Malahan dalam beberapa kajian, pengkaji telah mencadangkan supaya konsep-konsep seperti motivasi, kredibiliti media dan orientasi media dimasukkan ke dalam kajian, untuk mendapat penjelasan yang mendalam terhadap fenomena kajian.

Masalah yang masih dibincangkan oleh pengkaji dalam penentuan agenda ialah cara untuk mengaitkan agenda media dengan agenda publik. Kajian masa lampau telah menggunakan dua kaedah penyelidikan, iaitu kaedah analisis kandungan dan kaedah tinjauan untuk mendapatkan agenda. Kaedah analisis kandungan membolehkan pengkaji mendapatkan agenda. Kaedah analisis kandungan membolehkan pengkaji mendapatkan jenis berita yang dilaporkan oleh media dan ini dianggap sebagai agenda media, sementara membuat kajian yang membolehkan penyelidik mendapat pandangan orang ramai terhadap isu yang mereka anggapkan penting. Jika kedua-dua isu itu mempunyai kaitan maka pengkaji akan menganggap agenda publik telah ditentukan oleh agenda media. Setakat ini korelasi di antara kedua-dua agenda ini adalah lemah, melainkan dalam isu yang menarik.

Kajian Terkini

Kajian tentang penentuan agenda jarang dilakukan di dunia ketiga. Satu kajian pernah dilakukan di Ghana oleh Anokwa dan Salwen (1986) tetapi mereka juga berpendapat bahawa kajian

tentang penentuan agenda banyak dilakukan dalam masyarakat barat, seperti di Kanada, Denmark, Australia dan Sweden, selain dari Amerika Syarikat dan United Kingdom. Kajian ini pernah dibuat di Malaysia sebagai usaha untuk merintis jalan bagi mengembangkan lagi bidang ini. Banyak ciri yang terdapat dalam masyarakat di Malaysia yang tidak terdapat dalam masyarakat Barat dan ini akan membolehkan satu penelitian yang mendalam bagaimana proses penentuan agenda itu beroperasi dalam satu masyarakat majmuk yang sangat cepat membangun.

Satu kajian tentang penentuan agenda di negara membangun akan memperlihatkan beberapa perkara yang merupakan andaian yang tidak pernah dipersoalkan dalam masyarakat barat. Sistem politik, institusi media, norma kebudayaan dan beberapa anggapan membezakan masyarakat Malaysia dengan masyarakat barat. Walau bagaimanapun pengkaji harus menyedari bahawa pendekatan dalam kajian sebenarnya tidak membezakan kaum dan masa kerana jika terdapat perbezaan, maka pendekatan atau pandangan teori itu akan dipersoalkan. Adalah menjadi tujuan kajian ini bahawa sebarang penemuan akan memperkayakan lagi ilmu pengetahuan tentang penentuan agenda.

Pilihan raya umum 1990 memberi kesempatan untuk membuat satu kajian dengan menggunakan pendekatan penentuan agenda. Penulis telah membuat beberapa penelitian terhadap pilihan raya kecil yang diadakan di Ampang Jaya, Bentong, Teluk Pasu, Tambatan dan Sungai Besar dalam tahun 1988 dan 1989 untuk mendapatkan gambaran tentang pertalian yang ada di antara media massa dan institusi politik. Pilihan raya umum 1990 membolehkan satu kajian yang lebih mendalam dilakukan untuk mengetahui pertalian yang wujud di antara dua institusi tersebut.

Sesuatu kajian tidak dapat dielakkan daripada menggunakan kaedah yang telah ditentukan. Sememangnya kaedah merupakan satu alat penting bagi membolehkan seorang pengkaji mengatasi permasalahan kajian yang telah ditentukannya. Dalam kajian ini, selepas ditentukan permasalahan, maka dua kaedah didapati paling sesuai digunakan.

Dua kaedah penyelidikan telah digunakan dalam kajian ini, iaitu kaedah analisis kandungan dan kaedah tinjauan. Kaedah

analisis akan membolehkan kita mengetahui bagaimana dan apakah yang dilaporkan oleh media ketika pilihan raya umum diadakan. Konsep masa menjadi penting dan konsep ini akan dibincangkan pada akhir buku ini.

Kaedah tinjauan membolehkan pengkaji mengetahui apakah, pada pandangan orang ramai, isu yang mereka fikirkan penting berlaku dalam pilihan raya umum. Orang ramai di sini dimaksudkan sebagai pengundi yang menentukan apakah sebenarnya yang menjadi isu bagi mereka sewaktu pilihan raya umum diadakan.

Dari segi jangka waktu, kajian mendapati bahawa dalam kesuntukan masa kempen pilihan raya umum, isu yang dibangkitkan oleh media massa harus dikaji serentak dengan isu yang dianggap penting oleh pengundi. Pengundi hanya mempunyai 10 hari sahaja untuk mendapatkan maklumat dan membuat keputusan tentang calon atau parti yang akan mereka pilih. Ini sudah tentu berbeza dengan pilihan raya umum yang diadakan di tempat-tempat lain yang mewujudkan masa yang lama di antara masa berkempen dan tarikh pembuangan undi.

Pendekatan penentuan agenda dalam penyelidikan melibatkan dua kumpulan yang besar iaitu media dan orang ramai. Bagi orang ramai, apa yang dibangkitkan oleh media mungkin diterima atau ditolak oleh mereka. Bagi isu yang mereka terima, isu tersebut akan difikirkan dan dijadikan bahan perbualan. Penentuan agenda tidak menyebut bahawa orang ramai akan terpujuk untuk mengikuti arah liputan media, tetapi akan menggunakan bahan tersebut untuk mereka fikirkan.

Kesimpulan

Tinjauan semula terhadap karya penentuan agenda mendapati bahawa banyak kajian telah dilakukan tentang isu politik di negara-negara barat. Masalah konsepsual dan konsep masa sendiri belum lagi terjawab secara pasti apabila pengkaji melakukan kajian tentang penentuan agenda. Kajian kini dilakukan di Malaysia untuk membolehkan beberapa andaian tentang penentuan agenda diuji semula. Dua kaedah akan digunakan iaitu kaedah tinjauan dan kaedah analisis kandungan untuk membolehkan isu publik dikaitkan dengan isu media dalam kerangka pendekatan penentuan agenda.

Bab III

PILIHAN RAYA DAHULU DAN SEKARANG

Perlembagaan Malaysia telah menetapkan bahawa pilihan raya umum perlu diadakan sekali dalam masa lima tahun. Pilihan raya umum 1990 yang diadakan pada 20 dan 21 Oktober adalah pilihan raya umum yang kesembilan semenjak pilihan raya umum pertama pada tahun 1955. Selepas itu, pilihan raya umum telah diadakan pada tahun 1959, 1964, 1969, 1974, 1978, 1982, 1986 dan yang terakhir sekali ialah pada tahun 1990.

Setiap kali pilihan raya umum diadakan, beberapa isu dibangkitkan oleh parti politik untuk memancing undi. Walau bagaimanapun terdapat juga pilihan raya yang diadakan ketika negara sedang mengalami tekanan tertentu, seperti pada zaman darurat dan konfrontasi. Pada waktu tersebut pilihan raya umum menguntungkan parti kerajaan kerana rakyat sudah pasti akan memihak kepada parti kerajaan demi mempertahankan negara.

Dalam Bab III ini, kita akan meninjau kembali beberapa aspek pilihan raya umum yang lalu. Tujuannya ialah untuk mengetahui tentang keputusan pilihan raya umum yang lampau bagi melihat aliran yang dapat menerang dan memperjelaskan perkembangan politik di tanah air. Tentu sekali peranan parti politik serta institusi lain seperti media massa dan kumpulan pendesak turut memain peranan dalam setiap pilihan raya umum.

Bab ini tidak akan menerangkan atau membuat analisis yang mendalam tentang setiap pilihan raya umum yang telah diadakan kerana sudah banyak buku dan artikel yang ditulis selepas setiap pilihan raya umum. Rujukan yang disediakan

pada akhir buku ini memberi secara ringkas nama pengkaji yang menghasilkan buku dan artikel dalam jurnal yang boleh dirujuk untuk mengetahui dengan lebih mendalam tentang setiap pilihan raya umum.

Latar Belakang Pilihan Raya Umum 1990

Pilihan raya umum 1990 telah diadakan pada 20 dan 21 Oktober. Kerajaan boleh menunggu sehingga bulan Ogos 1991 untuk mengadakan pilihan raya umum tetapi atas beberapa perkiraan tertentu Dato' Seri Dr. Mahathir Mohamad telah mengumumkan tarikh pilihan raya 1990, pada bulan Oktober iaitu 10 bulan lebih awal.

Ketika pengumuman pilihan raya dibuat, terdapat sebanyak 180 buah kerusi parlimen yang menjadi rebutan bagi semua parti politik yang ada. Dari jumlah tersebut, sebanyak 133 buah kerusi diperuntukkan di Semenanjung, 20 di Sabah dan 27 di Sarawak.

Serentak dengan pertandingan di peringkat parlimen, dewan undangan negeri di setiap negeri di Semenanjung juga telah mengadakan pilihan raya umum. Negeri Sabah telah mengadakan pilihan raya negeri pada bulan Julai 1990 dan negeri Sarawak telah mengadakannya pada tahun 1987. Ini bermakna pada peringkat negeri sebanyak 448 buah kerusi dewan undangan negeri dipertandingkan dalam pilihan raya umum 1990.

Penamaan calon telah diadakan pada 11 Oktober 1990. Hanya dua buah kerusi, iaitu satu di Sarawak dan satu di Sabah yang tidak dipertandingkan, tetapi bagi kawasan lain, calon Barisan Nasional ditandingi oleh parti pembangkang dan calon bebas.

Pilihan raya umum 1990 mempunyai beberapa ciri yang membezakannya daripada pilihan raya umum sebelum itu. Ciri pertama, ialah Barisan Nasional ditentang hebat oleh dua pakatan parti lawan, iaitu Angkatan Perpaduan Ummah (APU) dan Gagasan Rakyat (GAGASAN). APU terdiri daripada parti-parti Melayu iaitu Semangat 46, PAS, Hamim dan Berjasa. Manakala GAGASAN didokong oleh parti Semangat 46, DAP, PRM dan IPF. Jika APU bertujuan menonjolkan imejnya sebagai parti yang

berasaskan kepentingan orang-orang Melayu maka GAGASAN pula cuba menonjolkan imej untuk kepentingan rakyat majmuk. Walau bagaimanapun PAS dan DAP, dalam beberapa kenyataan telah menyatakan perbezaan prinsip untuk membolehkan GAGASAN dan APU digabungkan.

Ciri kedua ialah tujuan parti lawan bertanding ialah untuk menubuhkan kerajaan; tidak seperti tahun-tahun terdahulu, yang bertujuan hanyalah sekadar untuk menafikan kuasa 2/3 yang dipegang oleh Barisan Nasional (BN). Pakatan parti lawan dalam bentuk APU dan GAGASAN melambangkan hasrat mereka untuk mencapai tujuan tersebut.

Ciri ketiga ialah keazaman parti lawan untuk menubuhkan kerajaan negeri di Kedah, Pulau Pinang, Johor, Negeri Sembilan, Kelantan dan Terengganu. DAP dengan slogan "Tanjung 11" mengulangi hasratnya untuk menawan kerajaan Pulau Pinang. PAS dan Semangat 46 mempunyai strategi untuk menawan negeri-negeri lain di Semenanjung, terutamanya negeri-negeri Perlis, Kedah, Kelantan dan Terengganu.

Ciri keempat ialah kemunculan satu parti baru iaitu Semangat 46 dalam medan politik pilihan raya umum. Semangat 46 ditubuhkan oleh beberapa bekas ahli UMNO akibat daripada satu keputusan mahkamah yang menyatakan bahawa UMNO adalah satu organisasi yang tidak sah selepas mendapati bahawa ada beberapa cawangan yang belum mendaftar ketika Persidangan UMNO diadakan dalam tahun 1986.

Ciri kelima ialah terdapat ramai calon yang bertanding dalam pilihan raya umum secara satu lawan satu. Dalam pilihan raya umum lalu, ramai calon mendapati mereka ditentang oleh beberapa calon lain, khususnya dari parti lawan atau dari calon bebas. Dalam tahun 1986, terdapat 32 pertandingan tiga penjuru, enam pertandingan empat penjuru, dan satu pertandingan lima penjuru. Kesimpulan daripada analisis data yang diperolehi ialah apabila terdapat pertandingan lebih daripada dua penjuru, ia menguntungkan BN. DAP juga mendapat faedah daripada pertandingan tersebut. Di dalam pertandingan lebih daripada dua penjuru yang melibatkan 39 kawasan parlimen, 29 dimenangi oleh BN dan 10 oleh DAP.

Mungkin wang pertaruhan sebanyak RM5000 untuk menjadi seorang calon dan kemunculan dua pakatan politik menyebabkan tidak ramai calon bebas yang ingin bertanding.

Adakalanya jumlah undi yang diperolehi oleh calon BN kurang daripada jumlah undi yang diperolehi oleh calon-calon lain yang bertanding menentang calon BN itu. Misalnya calon BN dan pemimpin Gerakan, Datuk Seri Dr. Lim Kheng Yeik mendapat 11 924 undi apabila bertanding di Bruas, Perak, tetapi jumlah undi yang diperolehi oleh DAP dan PAS ialah 12 505.

Pada hari penamaan calon pada 11 Oktober, 1990, hanya 15 kawasan parlimen mendapat pertandingan tiga penjuru. Calon DAP di Padang Serai, Kedah, ditentang oleh Calon BN (MCA) dan PAS. Di 14 kawasan lain, BN mendapat tandingan dari parti S46, DAP, PAS dan calon bebas.

Pencalonan dari calon bebas amat menarik sekali kerana orang ramai tidak mengetahui dari mana mereka muncul. Bagi kawasan Johor Bahru, calon BN mendapati ia ditentang oleh seorang bekas calon yang kononnya "disokong" oleh pihak dalam BN sendiri. Calon BN tersebut, Khalid Nordin, ditentang oleh Dato Jaafar Onn (S46) dan calon bebas Ismail Wanjor. Di Kelantan, tujuh kawasan parlimen ditandingi calon bebas. *Al-Islah* menyatakan calon bebas adalah ditaja oleh mereka.

Ciri keenam ialah kehadiran satu pasukan pemerhati dari komanwel untuk memerhatikan sama ada pilihan raya umum 1990 berjalan mengikut keperluan undang-undang di Malaysia. Kehadiran pasukan seperti ini adalah satu perkara yang baru kerana selama ini tidak terdapat satu badan luar yang memerhatikan perjalanan pilihan raya di Malaysia.

Ciri ketujuh ialah waktu berkempen adalah yang tersingkat sekali dalam sejarah pilihan raya umum di Malaysia. Waktu berkempen hanya diberi selama 10 hari yang dikira dari tarikh penamaan calon hingga ke tarikh pembuangan undi.

Ciri kelapan ialah buat pertama kalinya Suruhanjaya Pilihan Raya mengadakan satu peraturan baru dari segi pengiraan kertas undi. Mengikut peraturan baru ini, setiap kawasan undi dibenarkan mengira kertas undi dan keputusan yang diperolehi akan dimaklumkan kepada satu pusat tertentu. Pegawai pilihan raya kawasan kemudiannya akan memberitahu ibu pejabat SPR untuk diumumkan. Di bawah peraturan lama, setiap kawasan akan membawa peti undi berisi kertas-kertas undi untuk dikira di kawasan pilihan raya dan ini akan mengambil masa yang lama.

Keputusan

Barisan Nasional berjaya mengekalkan kedudukannya di parlimen dengan memenangi sebanyak 127 kerusi. Parti pembangkang memperoleh sebanyak 53 kerusi di parlimen. Ini bermakna buat kali kesembilan berturut-turut Perikatan/BN berjaya menubuhkan kerajaan di peringkat persekutuan.

Jumlah kerusi yang dimenangi oleh BN adalah berkurangan dari yang diperolehi pada tahun 1986. Jadual 3.1 menunjukkan bahawa jumlahnya kurang sebanyak 21 kerusi. Jika diperhatikan mengikut komponen parti dalam BN, maka UMNO memperolehi sebanyak 71 kerusi, berbanding dengan MCA yang mendapat 18 kerusi, Gerakan lima kerusi, dan MIC sebanyak enam kerusi (Lihat Jadual 3.1).

Jadual 3.1 Kedudukan Kerusi di Parlimen dalam Pilihan Raya Umum 1986 dan 1990 mengikut Parti Politik

	1986 (177)	**1990 (180)**
Barisan Nasional	148	127
UMNO	83	71
MCA	17	18
GERAKAN	5	5
MIC	6	6
PBB	8	10
SNAP	5	3
SUPP	4	4
PBDS	4	4
USNO	5	6
(PBS)*	10	-
HAMIM	1	-
Pembangkang	29	53
S46	-	8
PAS	1	7
DAP	24	20
PBS*	-	14
Bebas	4	4

* Keluar daripada BN dalam tahun 1990.

Parti PAS menambahkan bilangan kerusinya, dari hanya satu dalam pilihan raya umum 1986 menjadi tujuh dalam tahun 1990. DAP mendapati kerusinya berkurangan dari 24 dalam tahun 1986 menjadi 20 dalam tahun 1990. Begitu juga dengan kedudukan kerusi di Parlimen bagi calon-calon S46. Parti S46 mempunyai seramai 12 wakil dalam parlimen tetapi seramai lapan daripada wakilnya berjaya mempertahankan kedudukannya dalam tahun 1990.

Undi Popular

Seramai 5.749 juta orang telah keluar mengundi dalam pilihan raya umum 1990 iaitu 72.4% daripada 7.938 juta yang mendaftar diri sebagai pemilih. Adalah didapati bahawa jumlah undi yang diperolehi oleh BN adalah sebanyak 2.986 juta atau sebanyak 53.4% daripada jumlah undi popular. Jumlah undi yang

Jadual 3.2 Kedudukan Kerusi Dewan Undangan Negeri dalam Pilihan Raya Umum 1986 dan 1990 mengikut Parti Politik

	1986					1990				
	BN	**DAP**	**PAS**	**S46**	**Bebas**	**BN**	**DAP**	**PAS**	**S46**	**Bebas**
Perlis	14	-	-	-	-	14	-	-	-	-
Kedah	25	-	3	-	-	26	1	1	-	-
Pulau Pinang	23	10	-	-	-	19	14	-	-	-
Perak	33	13	-	-	-	33	13	-	-	-
Selangor	37	5	-	-	-	35	6	-	1	-
N. Sembilan	24	4	-	-	-	24	4	-	-	-
Melaka	17	3	-	-	-	17	3	-	-	-
Johor	35	1	-	-	-	32	3	-	1	-
Pahang	32	1	-	-	-	31	1	-	1	-
Terengganu	30	-	2	-	-	22	-	8	2	-
Kelantan	29	-	10	-	-	0	-	24	14	1

(Berjasa)

dipungut oleh DAP ialah sebanyak 17.2% undi popular, S46 sebanyak 14.9% dan PAS sebanyak 6.7% (Lihat Rajah 3.1).

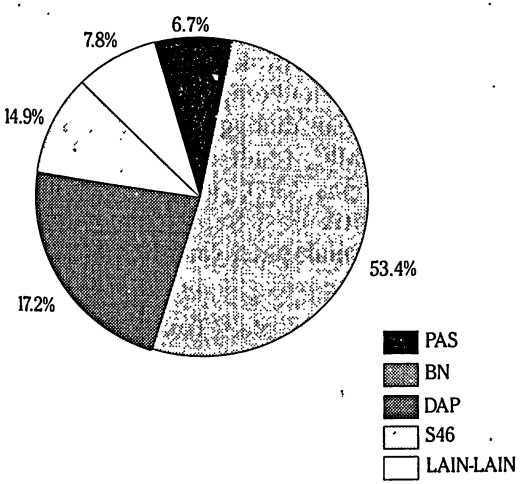
Dewan Undangan Negeri

Kesemua dewan undangan negeri di Semenanjung Malaysia mengadakan pilihan raya serentak dengan pilihan raya umum 1990. Sabah telah mengadakan pilihan raya dewan undangan negeri pada bulan Julai 1990 dan Sarawak pada 1987.

Jadual 3.2 menunjukkan kedudukan setiap parti dalam dewan undangan negeri masing-masing berbanding dengan tahun 1986. Adalah didapati bahawa BN tidak berjaya mengekalkan kedudukannya di Kelantan kerana keseluruhan kerusi telah dimenangi oleh PAS, S46 dan Berjasa.

BN berjaya mempertahankan kedudukannya di dewan undangan negeri di negeri-negeri lain. Walaupun DAP telah membuat strategi dan serangan yang kuat di Pulau Pinang, BN masih lagi berjaya menubuhkan kerajaan negeri di pulau tersebut.

Selepas diketahui keputusan undi popular dan kerusi yang diperolehi parti politik dalam tahun 1990, difikirkan sesuai



Rajah 3.1 Pembahagian Undi Popular mengikut Parti Politik dalam Pilihan Raya Umum 1990

untuk mengetahui secara keseluruhan beberapa perkara yang ada kaitan dengan pilihan raya umum sejak tahun 1955.

Jumlah Pengundi

Satu ciri yang nyata ialah jumlah pengundi meningkat setiap kali pilihan raya umum diadakan. Jumlah pertambahan pengundi menjadi sesuatu yang harus dikaji dengan mendalam. Jumlah pengundi serta pembahagian pengundi dari segi bangsa, jantina dan pendidikan merupakan pemboleh ubah yang memberikan gambaran tentang corak pengundian di Malaysia. Kategori sosiodemografi telah digunakan dengan luasnya untuk mengkaji aliran pengundian di negara-negara barat, terutamanya di Amerika Syarikat. Di Malaysia penelitian masih diberikan terhadap peranan perkauman dalam setiap pilihan raya umum (Ratnam, 1965) walaupun pada akhir-akhirini terdapat usaha untuk meninjau keputusan pilihan raya umum berasaskan pembahagian bandar dan desa (Sankaran dan Hamdan Adnan, 1987).

Dalam pilihan raya umum lalu, analisis menampakkan peranan kaum dalam kemenangan calon dan parti. Walaupun begitu setiap parti yang hanya bergantung kepada sokongan satu kaum sahaja mendapati sukar untuk memenangi jumlah kerusi yang cukup untuk menubuhkan kerajaan pada peringkat persekutuan. Parti Perikatan dengan dianggotai oleh tiga parti politik, iaitu UMNO, MCA dan MIC, telah menunjukkan imej sebagai parti antara kaum. Selepas 1963, dengan penubuhan Malaysia, kemasukan parti politik dari Sabah dan Sarawak menjadikan Perikatan sebagai sebuah parti yang bercorak Pan-Malaysian.

Barisan Nasional yang diasaskan oleh Tun Abdul Razak kemudiannya mengekalkan imejnya sebagai sebuah parti yang mewakili semua kaum dan berpengaruh di seluruh Malaysia.

Satu ciri yang selalu disebut oleh pengkaji ialah tentang pertambahan pengundi dalam setiap pilihan raya umum dan kesannya ke atas keputusan yang dicapai oleh setiap parti politik yang bertanding. Jumlah yang mendaftar sebagai pengundi pada tahun 1955 adalah seramai 1.280 juta berbanding dengan

jumlah pengundi seramai 7.938 juta pada tahun 1990. Penambahan jumlah pengundi berbeza dari satu pilihan raya umum ke pilihan raya umum berikutnya (Lihat Jadual 3.3).

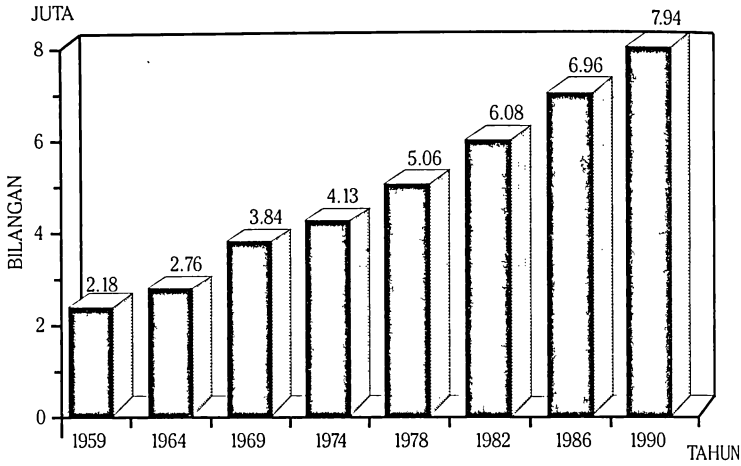
Jumlah pengundi meningkat sebanyak 69.6% dari tahun 1955 menjadi 2 171 097 pada tahun 1959, satu pertambahan yang terbesar. Jumlah pengundi meningkat akibat keputusan kerajaan untuk memberikan taraf warganegara pada kaum bukan Melayu. Keputusan ini telah menyebabkan ramai bangsa Cina dan India menjadi warganegara dan justeru itu membolehkan mereka mendaftarkan diri sebagai pengundi.

Jumlah pengundi telah meningkat sebanyak 27.3% dari tahun 1959 hingga ke tahun 1964, dan dari tahun 1964 jumlahnya telah meningkat sebanyak 39.1% iaitu menjadi 3 843 781 dalam tahun 1969. Jumlah pengundi telah meningkat menjadi 4 132 032 pada tahun 1974 iaitu sebanyak 7.5%, berbanding dengan 5 059 698 dalam tahun 1978 (meningkat 22.5%). Peratusan peningkatan ini telah berkurangan pada tahun 1982 apabila didapati hanya 6 081 628 pengundi telah mendaftarkan diri mereka. Jumlah pengundi telah meningkat menjadi 6 964 960 pada tahun 1986 iaitu pertambahan sebanyak 14.5% sahaja.

Jumlah pengundi yang mendaftar berkait dengan jumlah yang benar-benar mengundi. Angka yang diperolehi menunjuk-

Jadual 3.3 Jumlah Pengundi Berdaftar dan Peratusan yang Keluar Mengundi

1955	84.9%:	128 000
1959	73.3%:	2 171 097
1964	78.9%:	2 763 077
1969	73.6%:	3 843 781
1974	75.1%:	4 132 032
1978	75.3%:	5 059 589
1982	74.4%:	6 081 628
1986	70.0%:	6 964 960
1990	72.4%:	7 938 000



Rajah 3.2 Jumlah Pengundi Berdaftar dalam Setiap Pilihan Raya Umum

kan bahawa jumlah yang benar-benar keluar mengundi berada dalam julat 70% dalam tahun 1986 kepada 78.9% pada tahun 1964 (Lihat Rajah 3.2).

Kajian telah memperlihatkan kaitan jumlah pengundi yang mendaftar, jumlah pengundi yang keluar mengundi dan jumlah undi yang diperolehi oleh parti politik dalam setiap pilihan raya umum yang diadakan. Jadual 3.3 menunjukkan bahawa perikatan atau Barisan Nasional mempunyai peratusan undi yang terendah sekali pada tahun 1969 apabila ia memperoleh hanya 44.9% dari jumlah pengundi yang keluar mengundi. Jumlah undi yang paling tinggi ialah pada tahun 1974 apabila Barisan Nasional memperolehi 60.7% undi. Tahun 1974 merupakan tahun pertama Barisan Nasional bertanding dengan nama Barisan Nasional dalam pilihan raya umum. Di dalam tahun tersebut PAS, Gerakan dan PPP menjadi anggota Barisan Nasional.

Kajian mendapati bahawa BN mengalami perubahan dari segi undi popular dan jumlah kerusi yang dimenangi dalam setiap pilihan raya umum yang diadakan. Undi popularnya meningkat dalam pilihan raya umum 1964, 1974, dan 1982 iaitu dari segi perbezaan berbanding dengan pilihan raya umum sebelum itu.

Jadual 3.4 menunjukkan bahawa undi popular BN meningkat 6.8% dalam tahun 1964 berbanding dengan tahun 1959, dan meningkat sebanyak 12.2% dalam tahun 1974 berbanding dengan tahun 1969. Jumlah undi popular yang diperolehi oleh BN berkait rapat dengan jumlah kerusi parlimen yang dimenanginya.

Jadual 3.4 menunjukkan bahawa kerusi Perikatan/Barisan Nasional menurun pada tahun 1969 berbanding dengan tahun 1955. Malahan kerusi yang dimenangi oleh Perikatan/BN dalam tahun 1969 adalah terkecil yang pernah dimenanginya.

PAS dan DAP menyatakan bahawa perjuangan mereka melangkaui kaum. Perjuangan PAS untuk mendaulatkan Islam, atau mewujudkan negara Islam merupakan satu usaha yang tidak mengambil kira kaum dan bangsa. Di bawah negara Islam semua hak rakyat terpelihara tetapi kepentingan Islam akan dijamin oleh kerajaan. Bagi ramai pengundi Cina dan India, termasuk kaum bumiputera yang bukan beragama Islam di Sabah dan Sarawak, perjuangan PAS untuk menegakkan syiar Islam membimbangkan mereka kerana mereka takut akan dipaksa memeluk agama Islam. Justeru itu, didapati bahawa semenjak tahun 1955, PAS mendapati sukar memperolehi undi daripada pengundi bukan Islam. Jika diterjemahkan dalam konsep bangsa, maka PAS lebih mendapat undi daripada pengundi Melayu-daripada bangsa lain.

Jadual 3.4 Pembahagian Undi Popular mengikut Parti Politik dalam Pilihan Raya Umum 1990

	PER/BN	PAS	DAP	BEBAS/LAIN
1955	79.6	3.9	-	16.5
1959	51.8	21.3	-	26.9
1964	58.5	14.6	-	26.9
1969	44.9	20.9	11.9	22.3
1974	61.0	-	15.6	23.4
1978	57.2	15.5	19.1	8.2
1982	60.5	14.5	19.6	5.4
1986	57.3	15.5	21.1	6.1
1990	53.4	6.7	17.2	22.1

DAP juga menghadapi masalah yang sama seperti PAS, cuma berbeza dari segi bangsa. DAP ingin menonjolkan satu imej perjuangan hak semua kaum dan bangsa di Malaysia, tetapi dalam beberapa isu yang dibangkitkan, sama ada dalam parlimen atau melalui ceramah dan akhbar, isu tersebut nampaknya lebih mementingkan bangsa bukan Melayu. Lama-kelamaan DAP mendapati imejnya lebih sebagai pro-Cina dan anti-Melayu, satu imej yang didapati sukar untuk dipadamkan.

Aliran Undi DAP

Apabila diteliti jumlah kerusi parlimen yang diperolehi oleh DAP sejak bertanding dalam pilihan raya umum tahun 1969, terdapat satu ciri yang dikenali sebagai satu gerak pendulum. (Lihat Jadual 3.5). Dalam satu tahun pilihan raya umum, jumlah kerusi akan meningkat, tetapi pada pilihan raya umum berikutnya ia akan menurun, dan kemudiannya akan naik semula dan menurun lagi. "Pukulan pendulum" ini membimbangkan pemimpin DAP kerana ia menunjukkan bahawa kerusi yang dimenangi oleh DAP tidak stabil.

Undi popular yang diperolehi oleh DAP pada tahun 1969 ialah sebanyak 11.9% dari undi keseluruhan tetapi jumlah ini

Jadual 3.5 Kedudukan Parti di Parlimen

	Perikatan/BN	PAS	DAP	Bebas/Lain-lain	Jumlah
1955	51	1	-	-	52
1959	74	13	-	17	104
1964	89	9	-	6	104
1969	97	12	13	22	144
1974	135	-	9	10	154
1978	130	5	16	3	154
1982	132	5	9	8	154
1986	146	1	24	4	177
1990	127	7	20	26	180

telah meningkat menjadi 15.6% dalam tahun 1974 dan 19.1% dalam tahun 1978. Peratusan yang paling tinggi diperolehi oleh DAP ialah pada tahun 1986 apabila ia berjaya memperolehi 21.1% dari keseluruhan undi.

Jumlah kerusi parlimen yang diperolehi oleh DAP juga menampakkan satu korelasi dengan undi popularnya. Kerusi parlimen DAP berubah mengikut undi popular yang diperolehinya (lihat Jadual 3.5). Paling banyak kerusi yang dimenangi oleh DAP ialah dalam tahun 1986 dan paling sedikit ialah pada tahun 1974. Dalam tahun 1986 DAP memperoleh sebanyak 24 kerusi, iaitu 13.5% daripada keseluruhan kerusi parlimen berbanding dengan tahun 1974 iaitu DAP memenangi hanya sembilan kerusi atau 5.8% daripada keseluruhan jumlah kerusi di parlimen.

Undi Popular PAS

Undi popular yang diperolehi PAS juga menampakkan pasang dan surutnya. Pada tahun-tahun alternatif pilihan raya umum diadakan, undi popular dan kerusi parlimen yang dimenangi PAS akan meningkat dan menurun. Jika perubahan DAP adalah besar sekali, seperti terkena pukulan pendulum, maka perubahan bagi PAS merupakan perubahan ombak yang memukul pantai.

Jadual 3.5 menunjukkan perubahan dari segi kerusi parlimen yang diperolehi oleh PAS dalam setiap pilihan raya umum diadakan semenjak tahun 1955.

Jadual 3.5 menunjukkan jumlah kerusi yang paling sedikit sekali dimenangi PAS ialah pada tahun 1986. PAS memperolehi sebanyak satu kerusi iaitu 0.6% daripada keseluruhan jumlah kerusi dalam parlimen. Kerusi yang terbanyak diperolehi oleh PAS ialah dalam tahun 1959 apabila ia telah memenangi sebanyak 13 kerusi atau 12.5% daripada keseluruhan kerusi (104) dalam parlimen.

Undi Popular Kerusi BN dan Pembangkang

Rajah-rajah di atas menunjukkan beberapa ciri yang menarik perhatian orang ramai. Perikatan atau Barisan Nasional telah berjaya mengekalkan imejnya sebagai sebuah parti yang mendapat undi majoriti semenjak pilihan raya umum diadakan

pada tahun 1955. Jarang sekali sesebuah parti terus mendapat kepercayaan rakyat, tetapi proses undi telah menunjukkan bahawa setiap kali pilihan raya umum diadakan, maka parti Perikatan atau BN masih mendapat undi popular lebih daripada 50%, kecuali dalam tahun 1969, didapati undi popular merosot sehingga 45%.

Ciri kedua, undi popular bagi PAS tidak banyak berubah dalam setiap pilihan raya. Bagi ahli-ahli parti PAS, pemimpin tidak terlalu diberikan pertimbangan kerana apa yang diutamakan ialah perjuangan parti. Undi popular yang diperolehi PAS adalah hampir kesemuanya datang dari orang Melayu, khususnya dari Kelantan, Terengganu dan Kedah, dan pelbagai daerah di Perak, Selangor dan Pahang.

Ciri ketiga, jumlah kerusi DAP tidak stabil kerana ia berubah dari satu pilihan raya umum ke pilihan raya umum yang lain. Terdapat pendapat yang menyatakan bahawa undi kepada DAP lebih bergantung kepada isu yang dibawanya dan tidak banyak kepada komitmen terhadap parti itu sendiri. Pandangan kedua ialah pengundi Cina memberikan undi alternatif kepada DAP selepas satu tahun pilihan raya umum yang mereka berikan kepada MCA atau GERAKAN.

Ciri keempat, undi popular kurang diperolehi oleh parti-parti kecil atau calon-calon bebas. Aliran pengundian setiap pilihan raya umum menampakkan parti kecil dan orang perseorangan tidak mendapat sambutan dalam perkiraan pengundi. Mungkin pengundi Malaysia lebih bersifat serius dengan hanya menumpu perhatian kepada parti daripada mementingkan calon. Tetapi dari apa yang diperhatikan, pengundi di Amerika Syarikat dan di United Kingdom juga memberikan perhatian kepada parti lebih dari memberikan perhatian kepada calon sendiri walaupun pada akhir-akhir ini terdapat aliran pengundian yang memihak kepada personaliti calon daripada parti.

Beberapa ciri daripada aliran yang diulaskan menjadi perkiraan setiap parti dalam usaha untuk memenangi pilihan raya umum 1990. Pilihan raya umum 1990 menampakkan percaturan politik di antara kesemua parti politik. Percaturan politik ini mendorong pemimpin-pemimpin parti pembangkang untuk memikirkan satu strategi bersama bagi menentang Barisan Nasional. Perkiraan dari statistik jelas menunjukkan bahawa Barisan Nasional terlalu kuat untuk ditumbangkan.

Kesimpulan

Pilihan raya umum 1990 menampakkan kepercayaan rakyat Malaysia terhadap BN pada peringkat persekutuan, tetapi pada peringkat negeri, rakyat Kelantan telah menyatakan sokongan mereka kepada Angkatan Perpaduan Ummah (PAS, Semangat 46 dan Berjasa). Di negeri-negeri lain rakyat masih memberikan kepercayaan kepada calon-calon BN.

BN kekal dengan kuasa 2/3 di parlimen, satu kemenangan yang diperolehinya dalam satu kempen yang hebat yang pernah diadakan. Aliran pengundian dari pilihan raya-pilihan raya yang lalu menunjukkan bahawa pengundi memberi perhatian kepada parti yang besar daripada parti kecil atau calon perseorangan.

Bab IV

PENDAPAT PENGUNDI

Pengenalan

Bab ini bertujuan untuk mengemukakan pandangan pengundi dalam pilihan raya umum yang diadakan pada 20 dan 21 Oktober 1990. Andaian bahawa pandangan pengundi terhadap isu adalah dipengaruhi oleh media massa telah dibentuk. Kajian ini menghuraikan peranan media massa dan bagaimana pandangan pengundi terhadap peranan yang dimainkan oleh media massa dalam pilihan raya umum. Para pengundi telah diminta memberikan pendapat mereka terhadap beberapa isu berkaitan dengan pilihan raya umum.

Beberapa kajian tentang penggunaan media massa dan isu semasa pernah dibuat oleh pengkaji dalam tahun 1980-an. Kajian seperti ini dipergiatkan lagi mulai tahun 1986 hinggalah pada tahun 1990. Dalam tahun 1987 kajian telah dilakukan untuk mengetahui pandangan orang ramai terhadap perpecahan UMNO (Syed Arabi Idid, 1992, 1991; Syed Arabi Idid & Safar, 1993; Syed Arabi Idid & Chang Peng Kee, 1991). Dalam tahun 1989 dan 1990 kami telah melakukan tiga kajian yang melibatkan pandangan orang ramai terhadap penggunaan media massa serta isu semasa yang mereka fikirkan penting ditangani oleh masyarakat Malaysia sendiri. Bab ini akan mengemukakan hasil penemuan kajian dalam tahun 1990 sahaja.

Satu elemen yang sering mendapat perhatian dalam komunikasi politik ialah kajian tentang pendapat pengundi terhadap calon, parti politik dan isu semasa. Kajian seperti ini banyak terdapat di negara-negara lain, terutamanya di negara-negara

Barat dengan wujudnya pelbagai syarikat untuk menjalankan penyelidikan dalam pendapat publik. Penyelidikan digunakan oleh semua pihak, sama ada secara terbuka atau secara terhad.

Dewasa ini beberapa buah akhbar di Amerika Syarikat mula menggunakan khidmat syarikat untuk meninjau pendapat orang ramai terhadap isu-isu tertentu semasa pilihan raya umum diadakan. Menjelang pilihan raya umum lebih kerap akhbar menggunakan penemuan dari syarikat yang membuat kajian pendapat sebagai bahan dalam penulisan berita (Prosiding, 1988). Penulisan pandangan publik sebagai bahan berita menjadi satu agenda dalam akhbar. Ini menimbulkan reaksi di kalangan ahli-ahli politik yang inginkan agar pendirian mereka terhadap isu-isu tertentu bersesuaian dengan pendapat pengundi. Ahli politik semakin menggunakan agenda media sebagai agenda politik untuk dijadikan agenda publik. Jika diteliti dengan rapi, agenda yang diutarakan oleh ahli politik itu sebenarnya adalah berasal dari agenda orang awam, seperti yang digambarkan di bawah:

Pendapat publik —— Syarikat yang menjalankan kajian pendapat publik —— Berita —— Ahli Politik

Rajah di atas menggambarkan bagaimana agenda publik telah dapat dikesan oleh syarikat yang menjalankan kajian pendapat publik yang hasilnya disampaikan kepada organisasi media untuk dijadikan berita. Apa juga isu yang disiarkan dalam media akan dianggap sebagai penting dan dijadikan isu oleh ahli politik. Adakalanya isu yang diutarakan oleh ahli politik itu dijadikan pula pendapat publik. Ini menunjukkan bahawa isu publik dan isu politik pada masa-masa tertentu adalah sama.

Permasalahan Kajian

Di Malaysia pilihan raya umum boleh diadakan pada satu masa yang tarikhnya ditentukan oleh pihak kerajaan tetapi tarikh ini tidak boleh lebih daripada lima tahun. Biasanya tarikh itu merupakan strategi yang utama dan dengan itu ia dirahsiakan. Tarikh bagi menetapkan pilihan raya umum akan diadakan

merupakan satu masalah yang dihadapi oleh seseorang pengkaji apabila hendak melakukan penyelidikan tentang pilihan raya umum di Malaysia kerana tidak dapat membuat persiapan bagi menghadapi peristiwa yang besar itu. Untuk menghadapi masalah seperti ini, pengkaji boleh membuat beberapa cara persiapan dari segi penyelidikan. Persiapan pertama ialah untuk menanti sahaja pengumuman tentang tarikh pilihan raya umum dan merancang menjalankan penyelidikan sebaik sahaja mengetahuinya. Dari segi ini, pengkaji telah meminta bantuan kewangan, telah menyediakan rangka penyelidikan dan jika diizinkan dia harus menentukan sasarannya terlebih awal.

Persiapan kedua ialah untuk membuat andaian dan melakukan penyelidikan berdasarkan satu tarikh yang telah diramal terlebih awal. Persiapan seperti ini dapat dilaksanakan sebaik sahaja pengkaji menerima bantuan kewangan dan sekiranya rangka penyelidikannya telah siap. Masalahnya ialah kemungkinan tarikh sebenar pilihan raya umum itu jauh dari tarikh penyelidikan yang dijalankan untuk memberikan erti kepada hasil penemuan.

Terdapat juga cara ketiga iaitu untuk membuat pemerhatian dan penyelidikan sebelum dan selepas pilihan raya umum. Perkara ini pernah dilakukan oleh Sankaran dan Hamdan (1987) yang membuat kajian di beberapa buah kawasan di Kelantan dan Terengganu untuk mengetahui sebab pengundi memilih sesebuah parti. Penyelidikan ini dilakukan oleh mereka selepas pilihan raya umum 1986.

Cara ketiga ini juga dilakukan oleh pengkaji dalam bentuk analisis "post-hoc". Melalui cara ini pengkaji akan meneliti keputusan yang diperolehi dalam pilihan raya umum dan membuat beberapa analisis seperti dilakukan oleh Gale (1986), Mauzy (1983), Khong (1991) dan Ratnam & Milne (1967).

Bagi tujuan kajian ini dua tinjauan telah dilakukan iaitu pada bulan Julai 1990 dan pada bulan Disember 1990. Ini bermakna kajian ini dilakukan sebelum dan selepas pilihan raya umum. Kajian pada bulan Disember 1990 dilakukan untuk mengetahui pendapat pengundi tentang keputusan mereka dalam pilihan raya umum 1990.

Kajian pada bulan Julai 1990 (kajian pertama) melibatkan seramai 1384 responden dan kajian pada bulan Disember 1990 (kajian kedua) meliputi seramai 1463 orang responden.

Di dalam setiap kajian yang dilakukan, responden ditanya pendapat mereka terhadap isu-isu semasa seperti dasar kerajaan, masalah negara dan tempatan. Mereka juga diminta menyatakan fikiran mereka terhadap masa depan negara dan diri mereka. Kajian ini juga memperolehi data sosiodemografi responden yang diguna untuk dijadikan pemboleh ubah bebas terhadap beberapa pemboleh ubah sandaran.

Bagi kajian kedua, beberapa soalan yang tidak dikemukakan dalam kajian pertama telah diajukan kepada responden seperti meminta mereka menyenaraikan masalah besar yang mereka fikirkan berlaku dalam pilihan raya umum, kenapa seseorang calon tewas dalam pilihan raya umum dan strategi yang positif dan negatif yang diamalkan oleh parti-parti politik yang bertanding dalam pilihan raya umum.

Latar Belakang Responden

Dalam kedua-dua kajian, pengkaji telah memperolehi responden daripada kaum Melayu/Bumiputera, Cina dan India. Maklumat tentang sosiodemografi seperti pendapatan, pendidikan dan jantina responden juga diperolehi. (Lihat Jadual 4.1).

Kajian memperolehi responden dari tiga bangsa atau suku kaum di Malaysia. Responden dipilih secara kuota untuk melambangkan komposisi kaum dalam negara.

Adalah didapati bahawa sebahagian besar responden memiliki pendidikan sehingga Tingkatan Lima. Ini menampakkan satu keadaan nyata yang wujud dalam masyarakat di Malaysia. Kajian juga memperolehi responden yang kebanyakannya berumur kurang dari 35 tahun. Jadual 4.1 menunjukkan bahawa mereka yang berumur kurang dari 35 tahun adalah sebanyak 60%. Walaupun ciri sosiodemografi dalam kajian ini berbeza dengan ciri sosiodemografi dalam masyarakat sebenarnya tetapi perbezaannya adalah kecil.

Media Massa

Bagi tujuan perbincangan ini, kita akan menganggap media massa meliputi radio, televisyen dan akhbar. Beberapa jenis

Jadual 4.1 Latar Belakang Responden

	Julai 90 (N = 1384)	Dis. 90 (N = 1463)
Bangsa		
Melayu/Bumiputera	51.7	54.5
Cina	39.2	34.6
India/lain-lain	9.0	11.4
Pendidikan		
Tidak Bersekolah	3.5	4.4
D1-D6	14.2	12.3
T1-T5	26.2	40.3
T6	27.9	12.7
Maktab/Kolej	16.4	17.8
Universiti	11.8	12.1
Tiada Jawapan	0.1	0.3
Jumlah	100	100
Pendapatan		
Kurang RM250	17.6	8.2
RM251 - RM750	32.3	37.1
RM751 - RM1250	25.6	32.4
RM1251 - RM1750	12.3	16.0
RM1751 - RM2250	7.3	4.9
> RM2251	4.9	1.4
Jumlah	100	100
Umur		
21 - 25	21.5	13.7
26 - 30	27.8	26.2
31 - 35	16.1	18.0
36 - 40	12.9	17.2
41 - 45	9.2	10.4
46 - 50	7.6	7.5
51 - 55	2.7	2.5
56	2.2	2.8
Tiada Jawapan	-	0.1
Jumlah	100	100

media lain seperti video, wayang gambar dan jurnal tidak diambil kira selain daripada radio, televisyen dan akhbar.

Di dalam hal penggunaan media massa ini, kajian mendapati ramai rakyat Malaysia yang memiliki dan terdedah kepada media massa. Di dalam kajian yang dilakukan pada bulan Julai 1990, didapati bahawa pemilikan radio dan televisyen adalah yang tertinggi di kalangan pengundi-pengundi iaitu 98% dari responden memiliki radio dan 97% memiliki televisyen. Ini selaras dengan penemuan beberapa kajian yang melaporkan bahawa penggunaan media massa begitu meluas di Malaysia (Survey Research of Malaysia, 1989, 1990).

Kajian ini juga bertanya tentang kekerapan responden membaca akhbar, mendengar radio dan menonton televisyen. Mereka boleh memberi jawapan satu hingga tujuh hari ataupun menyatakan bahawa mereka tidak membaca, mendengar atau menontonnya pada minggu yang lalu.

Kajian mendapati bahawa pendedahan responden terhadap akhbar, radio dan televisyen seakan-akan sama dalam dua jangka masa kajian dilakukan. (Terdapat beberapa perbezaan dari segi bangsa). Dari segi pembacaan akhbar, seramai 55% daripada responden dalam bulan Julai 1990 membaca akhbar setiap hari, berbanding dengan 59.2% yang membaca akhbar dalam kajian kedua. Jumlah responden yang tidak membaca akhbar adalah kecil bilangannya (Jadual 4.2).

Jadual 4.2 Kekerapan Membaca Akhbar

	Kajian Pertama	**Kajian Kedua**
Setiap hari seminggu	55.0	59.2
5 - 6 hari	14.5	13.7
3 - 4 hari	16.7	15.2
1 - 2 hari	9.4	6.9
Tiada membaca	4.4	4.6
Tiada jawapan	-	0.4
Jumlah	100	100

Jadual 4.3 Pembacaan Akhbar mengikut Bangsa (dalam Peratusan)

	Kajian Pertama			Kajian Kedua		
	Melayu	**Cina**	**India**	**Melayu**	**Cina**	**India**
Setiap hari	49.6	66.3	48.0	57.6	63.8	55.9
5 - 6 hari	16.7	11.2	13.0	14.8	13.2	16.2
3 - 4 hari	17.1	13.3	24.0	15.0	14.8	16.2
1 - 2 hari	10.8	7.2	12.0	7.5	4.0	8.1
Tiada membaca	5.8	2.0	3.0	5.1	4.2	3.6
Jumlah	639	543	100	786	500	111

Pembacaan akhbar mengikut bangsa menampakkan perbezaan di antara bangsa Cina dan Melayu serta India. Lebih ramai responden Cina membaca akhbar setiap hari berbanding dengan orang Melayu atau India (Jadual 4.3). Ciri ini tidak menampakkan perbezaan dalam kedua-dua kajian.

Tentang pendengaran radio pula, kajian mendapati bahawa lebih ramai responden tidak mendengar radio daripada mereka yang tidak membaca akhbar pada minggu yang lalu (Jadual 4.4).

Jadual 4.4 tidak menampakkan banyak perbezaan tentang kekerapan mendengar radio dalam kajian satu dan kajian dua. Di antara ketiga-tiga alat sebaran am didapati paling ramai responden tidak mendengar radio. Kajian mendapati bahawa sera-

Jadual 4.4 Kekerapan Mendengar Radio (dalam Peratusan)

	Kajian Satu (N = 1384)	**Kajian Dua (N = 1463)**
Setiap hari	22.9	37.8
5 - 6 hari	12.1	11.9
3 - 4 hari	20.5	21.5
1 - 2 hari	19.1	14.5
Tidak mendengar	25.2	13.3
Tiada jawapan	-	1.0
Jumlah	100	100

Jadual 4.5 Kekerapan Mendengar Radio mengikut Bangsa (dalam Peratusan)

	Kajian Pertama			Kajian Kedua		
	Melayu	**Cina**	**India**	**Melayu**	**Cina**	**India**
Setiap hari	28.3	16.1	26	37.7	38.2	36.7
5 - 6 hari	14.8	8.7	13	12.7	11.3	11.9
3 - 4 hari	22.9	18.6	18	24.2	19.8	21.1
1 - 2 hari	17	21.4	21	14.6	12.9	15.6
Tiada mendengar	17	35.2	22	10.8	17.8	14.7
Jumlah	642	542	100	786	500	111

mai 25.2% dan 13.3% tidak mendengar radio dalam kajian satu dan kajian dua setiap masing-masing berbanding dengan 4.4% dan 4.6% yang tidak membaca akhbar dan 6.4% dan 2.3% yang tidak menonton televisyen pada waktu yang sama.

Jika diteliti dari segi bangsa pula, kajian mendapati bahawa lebih ramai responden daripada dua kumpulan bangsa lain. Pada kajian pertama seramai 35.2% Cina dan pada kajian kedua 17.8% responden Cina tidak mendengar radio berbanding dengan responden Melayu dan India dalam masa yang

Jadual 4.6 Kekerapan Menonton TV

	Kajian Pertama (N = 1384)	**Kajian Kedua (N = 1463)**
Setiap hari	42.7	65.2
5 - 6 hari	19.9	15.2
3 - 4 hari	21.1	11.7
1 - 2 hari	9.8	5.2
Tidak menonton	6.4	2.3
Tiada jawapan	-	0.9
Jumlah	100	100

Jadual 4.7 Kekerapan Menonton Televisyen mengikut Bangsa (dalam Peratusan)

	Kajian Pertama			Kajian Kedua		
	Melayu	Cina	India	Melayu	Cina	India
Setiap hari	45.7	38.3	42.0	67.6	63.4	60.4
5 - 6 hari	22.0	17.1	21.0	15.1	15.8	17.1
3 - 4 hari	19.3	23.4	24.0	10.9	12.8	11.7
1 - 2 hari	7.8	13.1	8.0	4.5	5.6	9.0
Tiada menonton	5.1	8.1	5.0	1.9	2.4	1.8
Jumlah	641	543	100	786	500	111

sama. Dalam kajian pertama seramai 17% Melayu dan 22% India tidak mendengar radio dan pada kajian kedua responden Melayu berjumlah 10.8% dan jumlah responden India ialah 14.7%.

Jumlah kekerapan penonton televisyen meningkat dalam kajian kedua berbanding dengan kajian pertama. Jadual 4.6 menunjukkan bahawa dalam kajian pertama seramai 42.7% menonton televisyen setiap hari tetapi dalam kajian kedua seramai 65.2% yang menyatakan demikian. Jumlah mereka yang tidak menonton televisyen adalah rendah jika dibandingkan dengan mereka yang tidak membaca akhbar atau mendengar radio.

Kajian juga telah mendapatkan data tentang penonton mengikut bangsa. Adalah didapati bahawa jumlah yang menonton televisyen setiap hari merupakan satu jumlah majoriti bagi kedua-dua kajian dan bagi ketiga-tiga bangsa (Jadual 4.7).

Keadaan Hidup

Keadaan negara ketika tarikh pilihan raya umum diumumkan adalah penting untuk diketahui. Sekiranya keadaan itu berada dalam keadaan cemas seperti dalam tahun 1969 maka ini akan merugikan parti kerajaan kerana kerajaan terpaksa mempertahankan beberapa dasar serta pelaksanaannya. Jika pilihan raya

umum diadakan pula dalam tahun 1964, kerajaan mempunyai senjata yang kuat kerana negara ketika itu sedang menghadapi ancaman dari luar negeri. Ini membolehkan parti memerintah mendapat sokongan rakyat. Semenjak tahun 1964 dasar luar tidak pernah menjadi isu yang berpengaruh lagi dalam pilihan raya umum negara.

Dalam tahun 1990 tidak terdapat isu besar yang mengancam kedudukan Barisan Nasional. Ini amat berbeza sekali dengan keadaan pada tahun 1986, yang mana Barisan Nasional pada ketika itu menghadapi pelbagai isu. Skandal Bank Bumiputera Finance, kes Tan Koon Swan, isu kooperatif, dan sebagainya ketara sekali sebagai isu yang memeningkan parti memerintah, tetapi dalam tahun 1990 kesemua ini tidak menonjol lagi dalam ingatan rakyat kerana beberapa tindakan telah diambil oleh kerajaan sendiri, kecuali isu BMF yang dibangkitkan semula oleh Lorainne sendiri dari penjaranya.

Ekonomi negara telah berkembang. Mengikut Menteri Kewangan, ekonomi negara telah berkembang sebanyak 6% pada tahun 1989 dan dijangka meningkat dalam tahun 1990.

Keadaan kehidupan rakyat mungkin berbeza dengan keadaan ekonomi pada keseluruhannya. Mengakui hakikat bahawa tidak terdapat perbezaan tentang kehidupan rakyat dengan keadaan negara, kajian ini telah mengemukakan beberapa persoalan tentang kehidupan rakyat biasa. Para responden ditanya sama ada hidup mereka telah berubah lima tahun yang lalu. Soalan berstruktur ini mengandungi tiga kategori jawapan iaitu (a) Bertambah baik (b) Tidak berubah, dan (c) Bertambah buruk. Tujuan kajian mengemukakan soalan ini adalah untuk mengetahui sejauh mana responden merasakan diri mereka telah berubah ke arah perubahan yang baik semenjak lima tahun yang lalu. Kajian yang dilakukan mendapati bahawa majoriti responden menyatakan keadaan hidup mereka telah bertambah baik berbanding dengan lima tahun yang lalu. Responden Cina menyatakan keadaan hidup mereka adalah lebih buruk daripada bangsa lain.

Soalan yang kami kemukakan ialah: Jika dibandingkan kehidupan tuan/puan pada masa ini adakah ia lebih baik, sama seperti dahulu juga atau telah bertambah buruk jika dibandingkan kehidupan tuan/puan lima tahun yang lalu.

Jadual 4.8 menunjukkan bahawa sebanyak 70% responden

Jadual 4.8 Keadaan Hidup Kini Berbanding dengan Keadaan Hidup Lima Tahun Lalu

	Kajian Pertama (N = 1384)	Kajian Kedua (N = 1455)
Bertambah baik	70.5	73.8
Tidak berubah	25.8	23.6
Bertambah buruk	3.7	2.7
Jumlah	100	100

menyatakan bahawa keadaan hidup mereka pada ketika itu adalah lebih baik berbanding dengan keadaan lima tahun yang lalu. Data menunjukkan bahawa lebih ramai responden yang menyatakan keadaan hidup mereka telah bertambah baik dalam kajian kedua berbanding dengan jumlah yang menyatakan demikian dalam kajian pertama.

Kajian juga memperolehi jawapan yang diberikan mengikut bangsa. Jadual 4.9 menunjukkan bahawa responden Melayu menyatakan bahawa keadaan hidup mereka adalah lebih baik sekarang berbanding dengan bangsa lain. Walau bagaimanapun didapati bahawa majoriti responden dari ketiga-tiga bangsa menyatakan bahawa keadaan hidup mereka telah bertambah baik dalam kajian kedua.

Jadual 4.9 Keadaan Hidup Sekarang Berbanding dengan Keadaan Hidup Lima Tahun Lalu mengikut Bangsa (dalam Peratusan)

	Kajian Pertama			Kajian Kedua		
	Melayu	Cina	India	Melayu	Cina	India
Bertambah Baik	73.2	68.2	68.0	77.6	68.9	74.8
Tidak Berubah	24.0	27.2	27.0	21.0	27.5	24.3
Bertambah Buruk	2.8	4.6	5.0	1.4	3.6	0.9
Jumlah	642	541	100	786	501	111

Jadual 4.10 Masa Depan Responden

	Kajian Pertama (N = 1384)	Kajian Kedua (N = 1463)
Amat Cerah/Amat Cerah	15.3	7.6
Cerah/Cerah	59.6	78.9
Seperti Sekarang/Gelap	21.1	10.4
Tidak Cerah/Amat Gelap	4.0	1.6
Tiada Jawapan	-	3.2
Jumlah	100	100

Kajian juga telah bertanyakan pendapat responden tentang masa depan mereka. Tujuan soalan ini adalah untuk mendapatkan pandangan tentang kehidupan masa hadapan iaitu sama ada mereka mempunyai harapan yang positif atau negatif. Soalan yang ditanya memerlukan responden memilih satu daripada empat jawapan iaitu (a) Amat Cerah (b) Cerah (c) Seperti Sekarang atau (d) Tidak Cerah.

Dalam kajian kedua soalan yang dikemukakan adalah agak berlainan. Responden ditanya tentang masa depan mereka dan diminta menjawab sama ada masa depan mereka itu (a) Amat Cerah (b) Cerah (c) Gelap atau (d) Amat Gelap. Jadual 4.10 menunjukkan jawapan responden tidak terlalu berbeza dalam kedua-dua kajian.

Responden menaruh harapan yang positif akan keadaan hidup mereka kerana majoriti menyatakan bahawa masa depan mereka adalah cerah atau amat cerah. Jumlah responden yang menyatakan masa depan mereka sebagai tidak cerah atau amat gelap adalah kecil sekali.

Bila di teliti dari segi bangsa, kajian mendapati bahawa kebanyakan daripada responden yang menyatakan masa depan mereka tidak sangat cerah adalah orang Cina tetapi jumlah pada keseluruhan responden Cina adalah masih kecil. Walau bagaimanapun mengikut Jadual 4.11 majoriti ketiga-tiga bangsa dalam kedua kajian menyatakan bahawa masa depan mereka adalah Amat Cerah atau Cerah.

Di dalam perbincangan mengenai peranan media massa

Jadual 4.11 Masa Depan mengikut Bangsa

	Kajian Pertama			Kajian Kedua		
	Melayu	**Cina**	**India**	**Melayu**	**Cina**	**India**
Amat Cerah/ Amat Cerah	14.6	17.0	12.0	8.5	5.5	12.0
Cerah/Cerah	65.3	53.9	56.0	81.4	79.8	77.8
Seperti Sekarang/ Gelap	16.3	24.7	26.0	9.3	12.5	7.4
Tidak Cerah/ Amat Gelap	3.7	4.4	6.0	0.8	2.2	2.8
Jumlah	643	542	100	786	501	111

dalam pilihan raya umum 1990 kita harus mengetahui latar belakang ini sebelum kita dapat memberikan satu analisis yang mendalam. Memang kita tidak dapat menafikan bahawa media massa memberikan liputan yang meluas atau memberatkan liputan yang diberikan oleh akhbar terhadap pilihan raya umum tahun 1978 dan 1986. (Sila lihat Bab V untuk mengetahui hasil analisis kandungan terhadap lapan akhbar harian yang dilakukan mengenai pilihan raya umum 1990).

Kredibiliti Media Massa

Satu dari masalah mengenai media massa ialah soal kredibiliti. Adalah diandaikan jika sekiranya kredibiliti media itu tinggi maka andaiannya ialah pembaca akan lebih mempercayai berita yang terkandung di dalamnya berbanding dengan media massa yang kurang kredibilitinya.

Satu dari sebab mengapa media massa dapat memainkan peranan sebagai penentuan agenda di dalam masyarakat ialah kerana ia diterima oleh masyarakat sebagai satu institusi yang penting. Ramai sekali rakyat Malaysia yang membaca akhbar harian, mendengar radio atau menonton televisyen.

Oleh kerana apa yang diperbincangkan ini berkaitan dengan kredibiliti media, maka artikel ini akan menyampaikan

sedikit sebanyak perbincangan mengenai kepercayaan orang ramai terhadap media massa dan saluran peribadi yang dianggap penting dalam penyampaian maklumat politik.

Satu dari persoalan yang dibangkitkan ialah tentang kredibiliti media dalam penyampaian berita maklumat. Ada pihak yang menyatakan bahawa kredibiliti media adalah rendah kerana media bersifat berat sebelah dan ada pula yang menyatakan bahawa berita yang disampaikan oleh media (akhbar, radio, televisyen) adalah tinggi dan layak dipercayai.

Soal kredibiliti telah lama diperbincangkan oleh ahli psikososiologi dan ahli komunikasi. Asas kepada kredibiliti ialah konsep kepercayaan. Seorang itu akan lebih percayakan sesuatu jika punca atau sumber yang diperolehi maklumat itu mempunyai kredibiliti tinggi. Sebagai yang dinyatakan di atas, kredibiliti wujud dalam minda seseorang.

Kredibiliti media massa penting kerana beberapa sebab. Pertama, jika pembaca yakin dengan media maka mereka akan terus menggunakan media untuk memperolehi maklumat mereka. Kedua, keyakinan mereka terhadap media bermakna mereka boleh menggubal fikiran atau sekurang-kurangnya menentukan agenda bagi perbincangan rakyat mengenai tajuk-tajuk tertentu. Ketiga, kredibiliti media bermakna juga maklumat yang dibawa oleh media ini dapat ditandingkan dengan media lisan.

Di dalam soal kredibiliti media maka timbullah penyampaian berita atau maklumat politik. Di sini soalan sama ada berita itu tepat, objektif atau tidak bukan menjadi isu. Apa yang dipentingkan dalam artikel ini ialah persepsi pembaca mengenai kredibiliti yang mereka berikan terhadap media massa. Pembaca sendiri menentukan sama ada berita itu objektif dan tepat.

Kajian telah menanyakan responden tentang kredibiliti media massa. Di dalam kajian responden telah ditanya tentang kepercayaan mereka terhadap radio, akhbar dan televisyen. Soalan yang dikemukakan ialah sama ada mereka itu amat mempercayai, dapat mempercayai, atau tidak mempercayai akhbar, radio dan televisyen.

Jadual 4.12 menunjukkan kepercayaan responden terhadap akhbar adalah tinggi. Majoriti dari responden dalam kajian 1 dan 2 amat mempercayai atau menaruh kepercayaan terha-

Jadual 4.12 Kepercayaan terhadap Akhbar

	Kajian Pertama (N= 1384)	Kajian Kedua (N= 1418)
Amat Percayai	10.4	10.6
Percayai	76.7	74.8
Tak Percayai	12.9	13.2
Jumlah	100	100

dap akhbar. Jumlah responden yang menyatakan mereka tidak percayai akhbar adalah kecil.

Dalam hal ini harus juga data diberikan pentafsiran yang sewajarnya. Responden diminta menyatakan sama ada mereka percayakan akhbar iaitu sama ada (a) Amat Percayai (b) Percayai, atau (c) Tidak Percayai. Kajian tidak menanyakan akhbar mana yang mereka fikirkan kerana mungkin juga akhbar yang responden fikirkan adalah akhbar harian atau akhbar mingguan atau sebagainya.

Kajian telah juga memperoleh data mengenai kepercayaan terhadap akhbar mengikut bangsa. Jadual 4.13 menunjukkan bahawa responden India dan Melayu lebih tidak menaruh kepercayaan kepada akhbar daripada responden Cina. Walau bagaimanapun adalah didapati bahawa pada keseluruhannya majoriti kesemua bangsa menaruh kepercayaan terhadap akhbar dalam kajian 1 dan 2.

Jadual 4.13 Kepercayaan Terhadap Akhbar mengikut Bangsa (dalam peratusan)

	Kajian Pertama			Kajian Kedua		
	Melayu	Cina	India	Melayu	Cina	India
Amat Percayai	8.5	14.5	9.1	10.7	13.3	15.6
Percayai	78.2	74.0	74.7	73.8	77.1	71.6
Tak Percayai	13.3	11.5	16.2	15.5	9.7	12.8
Jumlah	623	530	99	782	497	109

Jadual 4.14 Kepercayaan terhadap Radio

	Kajian Pertama (N= 1384)	Kajian Kedua (N= 1418)
Amat Percayai	14.1	9.9
Percayai	72.0	77.8
Tak Percayai	13.9	12.3
Jumlah	100	100

Responden juga ditanya mengenai kepercayaan mereka terhadap radio. Kajian mendapati kepercayaan terhadap radio juga adalah tinggi. Majoriti responden dalam kedua kajian telah menyatakan kepercayaan mereka terhadap radio (Lihat Jadual 4.14). Satu ciri yang harus diberikan perhatian ialah jumlah mereka yang menyatakan bahawa mereka amat mempercayai radio agak sama jumlah dalam kedua kajian, iaitu dari 14% dalam kajian pertama kepada 10% dalam kajian kedua.

Apabila soalan ini dianalisiskan mengikut bangsa, maka kajian mendapati bahawa dari kalangan mereka yang tidak percaya, lebih ramai responden ini adalah dari bangsa Melayu dan India daripada dari bangsa Cina (Lihat Jadual 4.15). Walau bagaimanapun majoriti responden lebih mempercayai radio daripada tidak mempercayainya.

Kajian juga menanya kepercayaan responden terhadap televisyen. Jadual 4.16 menunjukkan bahawa kepercayaan terhadap televisyen adalah tinggi, tetapi dari satu tahap kepada

Jadual 4.15 Kepercayaan Terhadap Radio mengikut Bangsa (dalam Peratusan)

	Kajian Pertama			Kajian Kedua		
	Melayu	Cina	India	Melayu	Cina	India
Amat Percayai	14.5	13.5	14.1	9.0	10.4	13.1
Percayai	74.5	67.3	77.8	78.0	77.8	79.4
Tak Percayai	10.9	19.3	8.1	13.0	11.8	7.5
Jumlah	623	530	99	776	482	107

Jadual 4.16 Kepercayaan terhadap TV

	Kajian Pertama (N= 1384)	Kajian Kedua (N= 1428)
Amat Percayai	17.1	13.0
Percayai	71.7	73.6
Tak Percayai	11.2	12.3
Jumlah	100	100

tahap berikutnya kajian mendapati bahawa peratusan yang menaruh kepercayaan yang amat sangat kepada televisyen telah menurun sementara peratusan yang menyatakan amat percaya kepada televisyen telah menurun sementara peratusan yang menyatakan amat tidak percaya telah meningkat. Jadual 4.16 menunjukkan bahawa jumlah responden yang amat percayai televisyen dalam kajian 1 ialah 17.1% tetapi ini telah menurun menjadi 13% dalam kajian kedua. Jadual 4.16 juga menunjukkan bahawa peratusan yang tidak percaya kepada televisyen pada kajian pertama sebanyak 11.2 telah meningkat menjadi 12.3.

Kajian telah membuat analisis kepercayaan terhadap televisyen mengikut bangsa. Jadual 4.17 menunjukkan bahawa mengikut bangsa, ramai responden masih percayai televisyen. Harus juga diperhatikan bahawa jumlah responden yang menyatakan amat percaya kepada televisyen telah menurun dalam kajian 2 berbanding dengan jumlah yang menyatakan demikian dalam kajian 1.

Jadual 4.17 Kepercayaan terhadap TV mengikut Bangsa (dalam Peratusan)

	Kajian Pertama			Kajian Kedua		
	Melayu	Cina	India	Melayu	Cina	India
Amat Percayai	17.3	18.0	14.0	13.4	16.2	15.3
Percayai	72.0	69.0	76.0	73.1	72.1	73.9
Tak Percayai	10.7	13.0	10.0	13.5	11.7	10.8
Jumlah	636	539	100	783	495	111

Jadual 4.18 Kepercayaan terhadap Ceramah Politik

	Kajian Pertama (N= 1384)	Kajian Kedua (N= 1428)
Amat Percayai	6.8	11.5
Percayai	43.7	49.2
Tak Percayai	49.5	39.3
Jumlah	100	100

Kajian telah menanya responden tentang kepercayaan mereka terhadap ceramah anjuran parti-parti politik. Jadual 4.18 menunjukkan bahawa jumlah mereka yang menyatakan tidak percaya kepada ceramah politik adalah tinggi berbanding dengan mereka yang memberikan jawapan yang sama kepada jenis media massa. Jumlah responden yang tidak percaya kepada ceramah politik adalah sebanyak 49.5% dalam kajian 1 tetapi jumlah ini telah menurun dalam kajian 2 menjadi 39.3%.

Jadual 4.18 juga menunjukkan bahawa mereka yang menyatakan amat percaya kepada ceramah politik telah meningkat dalam kajian kedua jika dibandingkan dengan kajian pertama. Di dalam kajian pertama sebanyak 6.8% yang menyatakan mereka amat percaya kepada ceramah politik, tetapi jumlah ini telah meningkat menjadi 11.5% dalam kajian kedua.

Analisis mengikut bangsa terhadap kepercayaan kepada ceramah politik menampakkan beberapa ciri. Adalah didapati bahawa lebih ramai responden Cina menyatakan mereka

Jadual 4.19 Kepercayaan terhadap Ceramah Politik mengikut Bangsa (dalam Peratusan)

	Kajian Pertama			Kajian Kedua		
	Melayu	Cina	India	Melayu	Cina	India
Amat Percayai	7.4	5.2	7.1	10.2	13.4	12.4
Percayai	48.5	38.9	35.4	50.6	45.1	50.5
Tak Percayai	46.1	55.9	57.6	39.0	41.5	37.1
Jumlah	633	535	99	772	494	105

kurang percaya kepada ceramah politik daripada responden Melayu atau India dalam kajian 1. Walau bagaimanapun dalam kajian 1 jumlah responden India paling tinggi (57.6%) menyatakan mereka kurang percaya kepada ceramah politik (Jadual 4.19). Dalam kajian 2 jumlah responden mengikut bangsa yang tidak percaya kepada ceramah politik telah menurun.

Harus juga diperhatikan bahawa ketiga-tiga bangsa menyatakan mereka lebih percaya kepada ceramah dalam kajian kedua berbanding dengan jumlah yang menyatakan demikian dalam kajian 1, terutamanya responden Cina dan India. Dalam kajian pertama hanya 5.2% responden Cina dan 7.1% responden India yang menyatakan mereka amat percaya kepada ceramah politik tetapi dalam kajian 2 jumlah responden Cina dan India yang berkata demikian telah meningkat menjadi 13.4% dan 12.4% (Jadual 4.19).

Jumlah responden yang menyatakan mereka tidak percaya kepada ceramah politik telah menurun di antara kedua kajian. Dalam kajian 1 sebanyak 46% Melayu, 53% Cina dan 58% India yang menyatakan mereka tidak percaya kepada ceramah politik tetapi dalam kajian 2 jumlah ini telah menurun menjadi 39%, 41% dan 37%. Ini menunjukkan bahawa responden menaruh kepercayaan kepada ceramah politik yang diadakan dan kepercayaan ini meningkat pada waktu pilihan raya.

Sumber yang terakhir yang dikemukakan kepada responden untuk mendapat pandangan mereka ialah tentang pekerja politik. Kajian telah menanyakan responden sejauh mana mereka menaruh kepercayaan terhadap pekerja politik. Jawapan yang diberikan ialah (a) Amat Percayai, (b) Percayai, atau

Jadual 4.20 Kepercayaan terhadap Pekerja Politik

	Kajian Pertama (N= 1384)	Kajian Kedua (N= 1428)
Amat Percayai	3.3	12.6
Percayai	33.3	38.2
Tak Percayai	62.5	49.2
Jumlah	100	100

(c) Tidak Percayai. Jadual 4.20 menunjukkan bahawa pada masa kajian 1 sebanyak 62.5% menyatakan mereka tidak percaya kepada pekerja politik tetapi dalam kajian 2, peratusan ini telah menurun menjadi 49.2%. Data menunjukkan bahawa pekerja politik mulai mendapat kepercayaan pengundi pada waktu pilihan raya.

Kajian telah mendapatkan jawapan mengikut bangsa. Jadual 4.21 menunjukkan bahawa dalam masa kajian 1 dilakukan responden Cina adalah kumpulan yang terbesar menyatakan tidak percaya kepada pekerja politik. Dalam kajian 2, jumlah responden yang tidak percaya kepada politik telah menurun. Bagi responden Melayu jumlah mereka yang menjawab tidak percaya kepada pekerja politik dalam masa kajian 1 ialah 59% dan dalam masa 2 jumlah ini telah menurun menjadi 34.7%. Bagi responden Cina jumlah mereka telah menurun menjadi 33% dalam kajian 2 sebagai perbandingan jumlah responden dalam kajian 1 yang menyatakan mereka tidak percaya terhadap pekerja politik dalam kajian 1 ialah 65% dan peratusan ini menurun menjadi 21% dalam kajian 2.

Jadual 4.21 juga menunjukkan bahawa jumlah responden yang amat percayai kepada pekerja politik telah meningkat sekali di antara kajian 1 dan 2, terutamanya dari kalangan responden India dan Cina.

Hasil kajian menunjukkan bahawa lebih ramai responden percayai media massa daripada media personal. Dalam dua masa yang berasingan kajian mendapati bahawa kepercayaan terhadap media massa adalah tinggi. Adakah didapati bahawa

Jadual 4.21 Kepercayaan terhadap Pekerja Politik mengikut Bangsa (dalam Peratusan)

	Kajian Pertama			Kajian Kedua		
	Melayu	Cina	India	Melayu	Cina	India
Amat Percayai	4.9	3.7	3.0	5.6	10.7	17.8
Percayai	36.1	28.1	32.3	59.7	56.5	60.7
Tak Percayai	59.0	68.2	64.6	34.7	32.8	21.3
Jumlah	631	534	99	779	497	107

kepercayaan terhadap pekerja parti politik adalah yang paling rendah sekali berbanding dengan ceramah politik, dan berbagai jenis media massa. Hanya seramai 50% mempercayai ceramah politik dalam kajian 1 dan 60.1% dalam kajian 2 berbanding dengan 38% dan 51% yang mempercayai pekerja politik dalam masa yang sama. Kepercayaan terhadap media massa dan media personal ini tidak jauh bezanya mengikut bangsa. Kita dapati bahawa kepercayaan orang Melayu, Cina dan India adalah tinggi terhadap media massa. Bagi orang India, media massa yang mereka paling percayai berbanding degnan media massa yang lain ialah radio. Bagi orang Melayu, televisyen merupakan alat yang mereka paling percayai berbanding dengan akhbar dan radio.

Pekerja parti politik tidak dipercayai oleh orang Melayu, Cina dan India. Bangsa Cina amat kurang mempercayai pekerja parti politik berbanding dengan bangsa Melayu dan India. Pada keseluruhannya responden Melayu, Cina dan India amat tidak mempercayai pekerja parti politik dalam penyampaian maklumat politik sebelum pilihanraya tetapi dalam masa kempen pilihan raya pengundi mulai memberi kepercayaan kepada pekerja politik.

Beberapa kesimpulan dapat diberikan mengenai data yang diperolehi. Pengundi lebih mengutamakan berita yang mereka perolehi dari media massa. Mereka mungkin mempercayai berita yang ditulis oleh pemberita yang pada hemat mereka dididik, dan dilatih dalam profesion mereka. Oleh itu wartawan boleh memberikan fakta yang betul dan benar untuk dibaca atau ditonton oleh pembaca atau pendengar.

Media adalah impersonal. Pada hemat pengundi media tidak memihak kepada mana-mana pihak yang tentu sekali berlainan dengan penceramah politik atau pekerja parti politik yang membawa berita atau maklumat yang memihak kepada parti sendiri.

Sama ada berita yang ditulis itu betul atau tidak bukan menjadi persoalan. Apa yang nyata ialah dari segi persepsi pengundi, yang membaca akhbar dan mendengar sendiri ceramah atau didatangi oleh pekerja parti politik. Jika mereka percayakan akhbar, televisyen, maka percayalah mereka tentang apa yang mereka baca dan tonton itu. Maka tinggilah kredibiliti yang ada pada media massa dan berkesan lagi agenda yang

dibawa oleh media massa.

Untuk membuat perbandingan kami telah menanyakan dalam soal selidik mengenai ceramah politik dan pekerja parti politik, iaitu sama ada responden percaya atau tidak mempercayai ceramah politik dan pekerja parti politik. Jadual 4.12 sehingga 4.21 menunjukkan bahawa kepercayaan terhadap media massa adalah tinggi jika dibandingkan dengan kepercayaan yang diberikan kepada pekerja parti politik dan ceramah politik. Kita mendapat bahawa seramai 78% menyatakan mereka percaya kepada akhbar, 89% terhadap radio dan 89% terhadap TV dalam tahun 1989. Dalam tahun 1990 peratusannya ialah 87% terhadap akhbar, 86% terhadap radio dan 89% terhadap televisyen.

Ini adalah dari segi kepercayaan terhadap media massa sebagai satu institusi. Kami telah juga menanyakan responden bagaimana mereka fikirkan tentang liputan yang diberikan kepada pemimpin parti pembangkang dan pemimpin Barisan Nasional. Kami menanyakan responden sama ada mereka fikirkan berita yang diberikan kepada pemimpin parti pembangkang dan pemimpin Barisan Nasional itu wajar.

Kami mendapati bahawa sebahagian besar (75%) responden menyatakan mereka tidak bersetuju bahawa media massa telah memberikan liputan yang sewajarnya kepada pemimpin parti pembangkang. Sementara majoriti (65%) menyatakan bahawa mereka fikir liputan yang diberikan kepada pemimpin parti Barisan Nasional adalah wajar.

Di sini didapati bahawa responden mengakui atau menyedari bahawa liputan berita oleh media massa terhadap pemimpin parti pembangkang adalah tidak secukupnya, tetapi ini tidak pula bermakna mereka tidak mempunyai kepercayaan terhadap media massa. Dalam tahun 1990 kami telah menanyakan soalan yang lebih terperinci terhadap beberapa tajuk dalam liputan berita. Salah satu tajuk yang kami kemukakan ialah liputan mengenai politik berita. Salah satu tajuk yang kami kemukakan ialah liputan mengenai politik negara.

Sudut yang akan kami ambil dalam perbincangan hari ini ialah melihat apakah pendapat publik terhadap beberapa isu dan apakah agenda yang diberikan oleh media massa dalam pilihan raya umum 1990.

Kita mendapati bahawa pada keseluruhannya rakyat Ma-

laysia dalam tahun 1990 adalah berada dalam keadaan yang lebih baik daripada tahun sebelumnya.

Kepimpinan Mahathir

Di dalam mana-mana kempen politik, tumpuan utama setiap parti lawan adalah terhadap pemimpin. Untuk tujuan kajian ini satu soalan telah dikemukakan untuk mengetahui pandangan responden terhadap pentadbiran Mahathir. Soalan itu berbunyi seperti berikut:

"Kami ingin mengetahui bagaimana anda berpendapat mengenai pentadbiran di bawah pimpinan Dr. Mahathir Mohamad. Adakah pentadbirannya (1) Amat Memuaskan (2) Memuaskan (3) Dapat Diperbaiki (4) Tidak Memuaskan (5) Amat Tidak Memuaskan." Setiap responden diminta memilih satu jawapan sahaja. Jadual 4.22 menunjukkan bahawa dalam kedua kajian yang dilakukan lebih dari 50% responden menyatakan kepimpinan Dr. Mahathir Mohamad adalah amat memuaskan atau memuaskan.

Kajian telah meninjau bagaimana setiap bangsa menilai kepimpinan Kerajaan di bawah pentadbiran Dr. Mahathir Mohamad. Pada keseluruhannya majoriti ketiga-tiga bangsa menyatakan kepimpinan Dr. Mahathir adalah amat memuaskan atau memuaskan. Apa yang diperhatikan ialah responden yang

Jadual 4.22 Kepimpinan Dr. Mahathir Mohamad

	Kajian Pertama (N= 1384)	Kajian Kedua (N= 1463)
Amat Memuaskan	14.9	17.6
Memuaskan	51.0	47.6
Dapat Diperbaiki	25.0	25.4
Tidak Memuaskan	7.6	7.2
Amat Tidak Memuaskan	1.3	1.5
Tak Jawab	-	0.8
Jumlah	100	100

Jadual 4.23 Kepimpinan Dr. Mahathir Mohamad mengikut Bangsa (dalam Peratusan)

	Kajian Pertama			Kajian Kedua		
	Melayu	Cina	India	Melayu	Cina	India
Amat Memuaskan	18.7	10.1	18.4	20.5	22.4	25.5
Memuas	48.2	53.5	57.1	47.2	48.0	50.9
Dapat Diperbaiki	24.7	26.9	18.4	24.4	30.0	20.9
Tidak Memuas	6.7	8.8	4.1	6.1	9.4	2.7
Amat Tak Memuas	1.8	0.8	2.0	1.8	1.2	-
Jumlah	616	525	98	782	500	110

menyatakan kepimpinan Dr. Mahathir adalah "amat memuaskan" telah meningkat dalam kajian 2 berbanding dengan kajian 1. Misalnya dalam kajian 1 sebanyak 19% responden Melayu menyatakan kepimpinan Dr. Mahathir amat memuaskan tetapi dalam kajian kedua jumlah ini meningkat menjadi 21%. Bagi responden Cina pula, sebanyak 10% dan bagi responden India sebanyak 18% menyatakan kepimpinan Dr. Mahathir amat memuaskan dalam kajian 1 tetapi jumlah ini meningkat menjadi 22% dan 25% dalam kajian 2 (Jadual 4.23).

Memilih Parti atau Calon

Satu strategi yang parti politik gunakan untuk meraih undi ialah melalui penyampaian maklumat kepada orang ramai, terutamanya kepada pengundi. Ahli-ahli politik akan cuba mengemukakan bahan untuk disiarkan dalam media massa, berita yang akan menonjolkan kebaikan dan kemuliaan parti dan calon sendiri. Mereka akan cuba mempengaruhi media massa untuk menyiarkan berita yang kurang baik dengan tujuan menjatuhkan imej parti atau calon lawan.

Andaian parti politik ialah pengundi akan membuat keputusan berdasarkan kepada maklumat yang mereka perolehi mengenai parti sendiri atau parti lawan. Jika imej parti mereka

adalah buruk, iaitu utusan yang terkandung dalam berbagai bentuk media adalah buruk, maka pengundi akan terpengaruh untuk tidak memberikan simpati pada hari mengundi.

Walau bagaimanapun imej parti atau calon adalah terletak kepada pengundi. Pengundi sendiri akan menentukan siapa yang mempunyai imej baik atau buruk. Di dalam hal ini, pengundi sendiri akan menentukan sumber mana yang dapat dipercayai atau tidak. Jika sebuah media itu tidak dipercayai oleh pengundi, maka kemungkinannya, dia akan menolak sahaja berita atau maklumat yang terkandung dalam media tersebut.

Dalam setiap pilihan raya, ahli strategi berhadapan dengan masalah, sama ada pengundi akan mengutamakan parti atau calon. Jika parti diutamakan oleh pengundi maka ahli strategi akan lebih mementingkan usaha untuk mendahulukan identiti parti daripada mementingkan calon. Ini tidak bermakna bahawa setiap parti tidak akan menonjolkan calon mereka kerana personaliti calon adalah juga penting untuk diperkenalkan kepada pengundi.

Dalam dua kajian yang dilakukan, maka adalah didapati bahawa pengundi lebih mementingkan parti dari calon. Jadual 4.24 menunjukkan bahawa majoriti pengundi mengutamakan parti daripada calon parti tersebut.

Data juga dianalisis mengikut bangsa. Jadual 4.25 menunjukkan bahawa dalam kajian kedua lebih ramai responden yang menyatakan mereka memilih parti dari memilih calon. Di antara kedua kajian, lebih ramai pengundi India menyatakan

Jadual 4.24 Pemilihan Parti atau Calon

	Kajian Pertama (N= 1384)	**Kajian Kedua (N= 1463)**
Calon	36.9	29.1
Parti	55.5	61.8
Tidak Jawab	7.6	9.2
Jumlah	100	100

Jadual 4.25 Pemilihan Calon atau Parti mengikut Bangsa (dalam Peratusan)

	Kajian Pertama			Kajian Kedua		
	Melayu	Cina	India	Melayu	Cina	India
Calon	39.3	42.8	42.7	29.2	36.8	30.6
Parti	60.7	57.2	57.3	70.8	63.2	69.4
Jumlah	603	486	89	718	457	98

mereka membuat pemilihan berdasarkan kepada parti daripada calon.

Kesimpulan

Apabila Kerajaan mengumumkan tarikh pilihan rayanya, tentu sekali Kerajaan mengetahui bahawa rakyat lebih mempunyai keyakinan tentang hidup mereka dan tentang hidup negara jika dibandingkan dengan keadaan rakyat pada tahun-tahun sebelum ini.

Berpandukan kepada premis ini, kami ingin membuat satu andaian, iaitu dari awal lagi pihak kerajaan telah mengetahui bahawa ia akan menang dalam pilihan raya, bahawa adalah amat sukar sekali bagi parti lawan untuk menubuhkan kerajaan alternatif dengan mendapat kerusi yang banyak.

Soalan yang mungkin ditanya ialah: mengapa pula akhbar memuat liputan bahawa parti Barisan Nasional diancam begitu hebat oleh parti lawan seperti PAS, Semangat 46, dan DAP. Apabila Angkatan Perpaduan Ummah dan Gagasan Rakyat ditubuhkan, maka ancaman ini kononnya dirasai oleh Barisan Nasional.

Ini tentu sekali kita mendapati akan perbezaan dari yang dibuat oleh akhbar besar dan akhbar kecil (lebih popular dikenali sebagai akhbar nyamuk). Akhbar besar membuat liputan seolah-olah atau memberi gambaran bahawa Barisan Nasional gentar dengan ancaman daripada parti lawan.

Sebaliknya pula akhbar-akhbar kecil diisikan berita yang memberikan harapan yang baik kepada PAS, DAP dan Sema-

ngat 46. Ketiga-tiga parti digambarkan seperti memperolehi kekuatan yang tinggi. Dan jika mereka bergabung maka akan bertambah kuat ancaman mereka kepada Barisan Nasional.

Biar kita kajikan apakah implikasi yang terdapat dalam cara liputan yang diberikan oleh akhbar *mainstream* dan akhbar kecil ini. Bagi pembaca akhbar *mainstream* ini, terutamanya bagi penyokong Barisan Nasional ia telah memberikan utusan bahawa jika mereka tidak bekerja dengan kuat maka mereka akan kalah teruk. Kedudukan mereka sendiri akan tergugat sekiranya parti lain memerintah.

Bagi parti pembangkang pula, liputan berita dalam akhbar kecil itu memberikan mereka harapan. Perkara ini sengaja dibiarkan begitu oleh pemimpin parti pembangkang kerana mereka tidak mempunyai maklumat tentang kekuatan mereka sendiri. Dengan azam yang kuat penyokong parti telah bekerja kuat. Implikasinya, maka para analisis pula berpendapat, bahawa keazaman mereka telah menarik simpati dari kawan mereka. Keazaman mereka telah menjadi kekuatan.

Perkara ini dikemukakan kerana pilihan raya kecil yang diadakan telah menampakkan bahawa Barisan Nasional dapat mempertahankan diri dengan memperolehi kemenangan dalam kesemua pilihan raya yang dipertandingkan kecuali di Johor Bahru, Johor dan di Teluk Pasu, Terengganu.

Pada pendapat beberapa orang sarjana ada kemungkinan bahawa liputan berita oleh media massa pada awal lagi telah menyembunyi gambaran yang sebenarnya mengenai kekuatan atau kelemahan yang ada pada setiap parti politik di tanah air.

Dalam pilihan raya umum 1990, satu sebab yang dinyatakan sebagai menguntungkan pihak Barisan Nasional ialah peranan media massa. Pihak media massa telah memberikan liputan yang banyak dan positif terhadap calon dan parti komponen Barisan Nasional sendiri. Parti dari Angkatan Perpaduan Ummah dan Gagasan Rakyat dinyatakan tidak mendapat liputan yang banyak jika dibandingkan dengan ruang yang diberikan kepada Barisan Nasional.

Liputan yang diberikan oleh media massa dijadikan bahan untuk perbincangan antara kawan. Apabila bahan perbincangan itu adalah baik bagi sebuah parti atau calon maka tinggilah kemungkinan parti atau calon itu mendapat simpati dari pembaca atau pengundi. Sarjana mengenali konsep ini sebagai

penentuan agenda, iaitu media massa dinyatakan sebagai menentukan agenda bagi perbincangan orang ramai. Orang ramai memetik apa yang dilaporkan oleh media massa dan terus menjadikan bahan perbualan di antara kenalan atau juga sesiapa yang ditemui mereka. Di dalam masa pilihan raya tentu sekali tajuk-tajuk yang berkaitan dengan hal ehwal politik dan pilihan raya akan menjadi bahan perbualan dan perbincangan.

Pertalian di antara pemimpin politik dan media massa adalah rapat iaitu sama ada pemimpin itu dari parti Kerajaan atau parti pembangkang. Ini tidak bermakna bahawa setiap apa yang diberikan oleh pemimpin politik akan diterima dan dijadikan bahan berita oleh pengarang dan pemberita. Pengarang akan menilai dari berbagai sudut sebelum memutus bahan tersebut sesuai sebagai berita.

Pada hari penamaan calon dan sehari selepas itu parti politik masih lagi dalam peringkat persediaan. Pemimpin parti mulai memberikan bahan untuk pekerja-pekerja parti untuk disampaikan dan hujah untuk mematikan tuduhan parti lawan. Hari persediaan ini juga merupakan hari untuk memperkenalkan kepada pekerja parti calon yang telah dipersetujui oleh parti sebagai seorang yang harus diberi sokongan. Kempen bermula pada hari ketiga dan ia menjadi rancak hinggalah sehari sebelum hari mengundi.

Di dalam persediaan ini, satu agenda perbincangan telah dicetuskan oleh pemimpin parti Barisan Nasional yang menyatakan bahawa terdapat satu pita rakaman yang memuat ucapan Pemimpin Angkatan Perpaduan Ummah yang akan membunuh PAS selepas pilihan raya nanti apabila beliau memegang parti kerajaan. Ini telah menjadi satu penentuan agenda oleh media massa kerana ia telah menyiarkan berita tersebut secara meluasnya dengan mendapat reaksi dari pihak-pihak lain.

Apabila manifesto dikeluarkan oleh parti politik maka ini juga telah menjadi satu agenda oleh media massa. Perbincangan dan liputan berita dalam akhbar, radio dan televisyen (ada yang menyiarkan secara meluas, dan ada yang sedikit sahaja), telah menjadi bahan perbincangan oleh orang ramai.

Penarikan diri Parti Sabah Bersatu (PBS) dari Barisan Nasional telah menjadi satu agenda untuk perbincangan. Ada pemimpin parti telah menggunakan bahan penarikan Parti PBS itu sebagai bahan ceramah mereka. Masalahnya, kesan penarikan

itu membimbangkan orang Melayu akan ketuanan politik mereka, tetapi memberikan satu gambaran bagi pengundi Cina bahawa Gagasan Rakyat akan dapat memerintah Kerajaan. Ini dinyatakan sebagai satu sebab terdapat satu alunan simpati kepada Barisan Nasional dari kalangan orang Melayu tetapi akuan dan sokongan dari orang Cina terhadap DAP dan Gagasan Rakyat. Pemakaian tengkolok Kadazan oleh Tengku Razaleigh yang menampakkan seolah beliau memakai salib telah diberikan siaran yang luas oleh pihak media massa. Pembaca Melayu tergempar dengan gambar yang telah diberikan oleh pihak media massa. Bagi pengundi Cina ini tidak membawa apa-apa kesan kerana agama tidak begitu serius bagi mereka sebagaimana orang Melayu serius kepada agama Islam dalam politik (Ini tidak bermakna orang Cina tidak pentingkan agama).

Bab V

ANALISIS KANDUNGAN AKHBAR

Pengenalan

Bab ini melaporkan bagaimana akhbar-akhbar di Semenanjung Malaysia membuat liputan tentang pilihan raya umum 1990. Sebanyak lapan buah akhbar telah dipilih, iaitu akhbar harian nasional dalam bahasa Melayu, Cina, India, dan Inggeris.

Latar Belakang

Analisis kandungan akhbar atau media merupakan satu kaedah yang berkait rapat dengan penentuan agenda dalam pilihan raya umum. Para pengkaji biasanya membuat kajian dengan menggunakan kaedah analisis kandungan. Arahan yang dimaksudkan di sini ialah dari segi siaran yang bersifat positif, negatif atau berkecuali, yang mungkin mempengaruhi pembaca atau penonton terhadap berita yang disiarkan.

Analisis kandungan terhadap liputan akhbar dalam pilihan raya umum Malaysia pernah dilakukan oleh pengkaji pada masa-masa lampau seperti Parker (1983) yang membuat analisis kandungan terhadap akhbar terpilih untuk pilihan raya umum 1974 dan Syed Arabi Idid dan Mohd. Safar (1993) dalam pilihan raya umum 1986. Kajian tentang pilihan raya umum 1974 dan 1986 dengan menggunakan kaedah analisis kandungan telah menampakkan beberapa ciri dari segi liputan terhadap parti politik. Kaedah kandungan juga digunakan di seberang laut oleh pengkaji untuk mengetahui cara akhbar dan

media elektronik menyiarkan berita di negara lain, terutamanya di Amerika Syarikat.

Kajian ini bertujuan meneruskan usaha para pengkaji pada tahun-tahun yang lalu untuk mengetahui bagaimana akhbar di Malaysia membuat liputan terhadap pilihan raya umum. Malahan untuk tujuan akademik, kajian yang menggunakan analisis kandungan seharusnya dilakukan terhadap liputan berita dalam setiap pilihan raya kecil di Malaysia. Hasil analisis kandungan akhbar yang dilaporkan dalam bab ini merupakan satu bahagian yang integral dengan pendekatan penentuan agenda yang menjadi tumpuan buku ini.

Kaedah Kandungan

Ramai pengkaji pernah membincangkan tentang kaedah kandungan, terutama dari segi kebaikan dan keburukan penggunaannya. Walau bagaimanapun para pengkaji menyedari bahawa setiap kaedah mempunyai kelemahan dan kekuatannya.

Kaedah kandungan digunakan oleh pengkaji dalam pelbagai disiplin, seperti pemasaran, sastera dan pengurusan tetapi kini ia banyak digunakan oleh pengkaji dalam bidang komunikasi (kewartawanan, perhubungan awam, penyiaran, perfileman dan periklanan). Lasswell dan rakan-rakan telah mempopularkan kaedah ini apabila mereka menggunakannya secara sistematik dan berkesan sewaktu Perang Dunia Pertama (Lasswell, 1971) ke atas akhbar-akhbar Jerman untuk mengetahui strategi ketenteraan dan moral musuh dalam peperangan.

Pengkaji berikutnya telah meningkatkan usaha Lasswell dan rakan-rakan. Dengan terdapatnya komputer, maka sarjana dapat menggunakan kaedah kandungan ini dengan lebih baik dan teratur.

Kajian Kini

Sebanyak lapan buah akhbar harian nasional telah dikaji bagi mengetahui cara mereka membuat liputan tentang pilihan raya umum 1990. Akhbar yang dipilih ialah *Berita Harian*, *Utusan Malaysia*, *New Straits Times*, *Star*, *Nanyang Siang Pau*, *Sin Chew*

Jit Poh, *Tamil Nesan* dan *Nanban*. Setiap bahasa (bahasa Melayu, Cina, Tamil dan Inggeris) diwakili oleh dua buah akhbar.

Semua liputan berita tentang pilihan raya umum 1990 telah dikaji. Tarikh yang digunakan untuk kajian ini meliputi 8 hingga 22 Oktober 1990, iaitu bermula tiga hari sebelum penamaan calon dan berakhir satu hari selepas pilihan raya umum diadakan.

Beberapa kategori digunakan dalam kajian ini termasuk sumber berita, parti politik, personaliti dan organisasi yang bukan bersifat politik (seperti polis).

Kajian ini menggunakan dua ukuran. Ukuran pertama ialah kekerapan. Di bawah ukuran ini berbentuk nominal dan setiap kategori yang digunakan dihitung dan laporannya dinyatakan dalam jadual peratusan. Ukuran kedua menggunakan skor penonjolan Budd. Di bawah skor ini, setiap item diberi markah 0 hingga 5, bergantung kepada penonjolan yang tinggi, maka markah 5 diberikan, tetapi sebaliknya jika berita itu tidak menonjol maka markah 0 diberikan. Jika ukuran kekerapan memberikan gambaran tentang ruang yang digunakan maka ukuran Budd memberi kenyataan tentang penonjolan berita dalam akhbar.

Skor penonjolan Budd ini pernah digunakan oleh beberapa pengkaji. Budd menggunakan skor ini ketika membuat kajian di New Zealand dengan tujuan mencari satu ukuran bagi akhbar yang berbilang saiznya. Tentu sekali akhbar tabloid akan mempunyai jumlah berita yang kurang daripada akhbar berukuran besar. Dengan menggunakan satu skor maka masalah yang dihadapi oleh Budd dapat diatasi.

Skor Budd ini telah digunakan apabila Parker (1983) melakukan penyelidikan tentang liputan berita oleh akhbar-akhbar terpilih di Malaysia dalam pilihan raya umum 1974. Penggunaan Skor Budd itu mengatasi perbezaan liputan berita dalam akhbar berbagai bahasa dan saiz. Namun didapati penggunaan ukuran dari segi ruang seperti yang lazim digunakan oleh pengkaji, tidak dapat memberikan gambaran yang tepat kerana ada bahasa yang menggunakan ruang yang lebih bagi melaporkan satu peristiwa yang sama terutamanya bagi akhbar yang mempunyai saiz yang lebar. Ukuran yang memberi tekanan kepada penonjolan mengatasi kelemahan ini serta memperkukuhkan lagi penemuan yang menggunakan ukuran nominal.

Penemuan

Kajian hanya memilih berita yang ada kaitan dengan pilihan raya umum 1990. Antara berita yang tergolong dalam kajian ini ialah berita yang meliputi ucapan dan ceramah pemimpin parti atau pekerja biasa, sebarang kegiatan dalam pilihan raya atau kenyataan yang dibuat oleh badan-badan kerajaan berkaitan dengan pilihan raya umum. Jika seorang pegawai polis atau pegawai Suruhanjaya Pilihan Raya membuat kenyataan yang menyentuh tentang pilihan raya umum maka kenyataan tersebut dianggap sebagai termasuk dalam kategori kajian. Satu lagi contoh ialah tentang lawatan dan kenyataan yang dibuat oleh Pemerhati Komanwel yang dianggap sebagai liputan tentang pilihan raya umum.

Pada asasnya setiap item berita yang diterima itu harus memenuhi syarat bahawa ia adalah berkaitan dengan tujuan kajian. Untuk menentukan supaya hanya item berita yang berkaitan sahaja diterima, kajian telah mengenakan ujian pembolehharapan. Rumusan Scott (1955) digunakan dalam kajian ini seperti yang kerap ia digunakan dalam kajian-kajian lain (Stempel 111, 1986). Sebanyak 300 item berita diambil sebagai contoh dalam menguji pembolehharapan. Dua orang pengekod digunakan. Skor yang diperoleh ialah 70%, satu peratusan yang dianggap tinggi untuk diterima.

Sebanyak 5078 item berita telah diperolehi daripada liputan yang dibuat oleh lapan buah akhbar tentang pilihan raya umum 1990. Dari jumlah tersebut sebanyak 1174 adalah dari akhbar bahasa Melayu, 1147 dari bahasa Inggeris, 2231 dari bahasa Cina, dan 526 dari bahasa Tamil. Jadual 5.1 menunjukkan bahawa akhbar bahasa Cina menyumbangkan 44%, berbanding dengan akhbar bahasa Melayu (23%), Inggeris (23%), dan Tamil (10%). Data menunjukkan bahawa dalam liputan berita tentang pilihan raya umum 1990 akhbar Cina memberikan liputan berita yang banyak sekali berbanding dengan akhbar-akhbar dalam bahasa lain.

Sin Chew Jit Poh merupakan akhbar harian yang paling banyak menyiarkan berita tentang pilihan raya umum 1990. Akhbar tersebut menyumbang sebanyak 1166 item berita atau 23% dari keseluruhan item berita yang disiarkan oleh lapan akhbar yang dikaji. Akhbar kedua yang memberikan liputan

meluas ialah *Nanyang Siang Pau*. Akhbar tersebut memberikan sebanyak 1065 item berita atau sebanyak 21%. Akhbar ketiga ialah *Berita Harian* yang memuatkan sebanyak 680 item berita atau 13% dari jumlah keseluruhan berita yang disiarkan. Akhbar keempat yang memberikan liputan yang luas kepada pilihan raya umum ialah akhbar *New Straits Times*. Akhbar tersebut memberikan 631 item berita. (Lihat Jadual 5.1).

Kesimpulan yang diperolehi ialah akhbar Cina paling banyak memberikan tumpuan terhadap pilihan raya umum tahun 1990. Ini diikuti dengan tumpuan yang diberikan oleh akhbar bahasa Melayu, bahasa Inggeris dan akhir sekali oleh bahasa Tamil.

Hala Berita Pilihan Raya

Kajian juga memperolehi hala berita tentang pilihan raya umum dilaporkan. Lima kategori diberi untuk mengetahui hala liputan iaitu positif bagi BN, positif bagi parti pembangkang,

Jadual 5.1 Jumlah Item Berita (dalam Peratusan)

	Keseluruhan	%
Bahasa Melayu:	1174	23.12
Berita Harian	680	13.39
Utusan Malaysia	494	9.73
Bahasa Inggeris:	1147	22.59
New Straits Times	631	12.43
Star	516	10.16
Bahasa Cina:	2231	43.93
Nanyang Siang Pau	1065	20.97
Sin Chew Jit Poh	1166	22.96
Bahasa Tamil:	526	10.36
Tamil Nesan	278	5.47
Nanban	248	4.88
Jumlah Keseluruhan	5078	100

negatif bagi BN, negatif bagi parti pembangkang dan berkecuali.

Jadual 5.2 menunjukkan bahawa bagi akhbar-akhbar bahasa Cina, India dan Inggeris, sebahagian besar daripada liputan berita mereka berada dalam kategori berkecuali. Ini bermakna akhbar Cina, India dan Inggeris tidak memihak kepada mana-mana parti. Misalnya 61.6% daripada kesemua berita dalam akhbar Inggeris bersifat berkecuali manakala 51.4% akhbar bahasa Cina dan 51.5% akhbar bahasa Tamil.

Walau bagaimanapun akhbar berbahasa Melayu menampakkan laporan berita berkecuali yang amat sedikit jika dibandingkan dengan akhbar-akhbar lain. Hanya 23.5% daripada berita yang diberikan liputan dalam akhbar bahasa Melayu bersifat berkecuali.

Hasil kajian menunjukkan akhbar ini memberikan liputan yang bersifat positif kepada Barisan Nasional. Walau bagaimanapun akhbar bahasa Melayu memberi liputan yang meluas sekali kepada berita yang dianggap positif kepada BN. Jadual 5.2 menunjukkan bahawa 41.2% daripada berita yang disiarkan oleh akhbar bahasa Melayu bersifat positif kepada Barisan Nasional, berbanding dengan hala yang sama dalam akhbar bahasa Inggeris (28.7%), akhbar bahasa Cina (22.5%) dan akhbar bahasaTamil (27.6%).

Jadual 5.2 Hala Berita Pilihan Raya Umum

	Melayu (%)	Cina (%)	Tamil (%)	Inggeris (%)
Positif BN	483 (41.2)	501 (22.5)	145 (27.6)	328 (28.7)
Negatif BN	11 (0.9)	182 (8.2)	33 (6.3)	6 (0.5)
Positif Pembangkang	33 (2.8)	213 (9.5)	27 (5.1)	30 (2.6)
Negatif Pembangkang	371 (31.6)	188 (8.4)	50 (9.5)	76 (6.6)
Berkecuali	276 (23.5)	1147 (51.4)	271 (51.5)	707 (61.6)
Jumlah	1174 (100)	2231 (100)	526 (100)	1147 (100)

Satu lagi ciri ialah akhbar bahasa Melayu memberikan liputan yang negatif kepada parti pembangkang lebih daripada akhbar-akhbar lain. Jadual 5.2 menunjukkan bahawa sebanyak 31.6% daripada berita dalam akhbar bahasa Melayu bersifat negatif tentang parti pembangkang berbanding dengan 6.6% dalam akhbar Inggeris, 8.4% dalam akhbar bahasa Cina dan 9.5% bagi akhbar Tamil.

Dari segi liputan yang diberikan kepada parti pembangkang pula, Jadual 5.2 menunjukkan bahawa akhbar bahasa Cina memberikan liputan yang bersifat positif kepada parti pembangkang lebih daripada akhbar-akhbar lain. Walau bagaimanapun peratusan ini adalah kecil jika dibandingkan dengan kategori lain. Akhbar Cina memberikan 9.5% liputan yang bersifat positif kepada parti pembangkang, berbanding dengan 2.8% yang diberikan oleh akhbar bahasa Melayu 2.6% dan bahasa Inggeris manakala 5.1% bagi akhbar Tamil.

Kesimpulannya, kita mendapati bahawa liputan berita dalam akhbar terpilih dalam kajian ini lebih bersifat berkecuali. Jadual 5.2 menunjukkan bahawa sebanyak 61.6% liputan berita dalam akhbar Inggeris bersifat berkecuali, berbanding dengan akhbar Tamil dan Cina yang berjumlah 51.5% dan 51.4% masing-masing. Sebanyak 23.5% berita dalam akhbar bahasa Melayu bersifat berkecuali.

Penonjolan dan Hala Berita Pilihan Raya Umum

Hasil kajian mendapati bahawa berita tentang politik diberikan kepada setiap parti politik sama ada parti politik itu besar atau kecil. Apa yang membezakannya ialah dari segi jumlah berita yang diberikan kepada setiap parti politik.

Penonjolan berita tidak pula memberikan hala berita. Ianya bermaksud sebagai berita yang berkecuali dan positif kepada Barisan Nasional, negatif kepada Barisan Nasional, positif kepada Barisan Alternatif, dan negatif kepada Barisan Alternatif. (Barisan Alternatif bermaksud gabungan APU dan GAGASAN).

Jadual 5.3 menunjukkan penemuan data mengenai hala liputan berita. Untuk memudahkan, skor 0 dan 1 dianggap

sebagai penonjolan rendah, 2 dan 3 sebagai penonjolan sederhana dan 4 dan 5 sebagai penonjolan tinggi. Kajian mendapati bahawa daripada berita yang paling menonjol, majoriti adalah bersifat berkecuali. Ini diikuti dengan kategori yang bersifat positif terhadap Barisan Nasional dan didapati akhbar bahasa Inggeris yang memberi liputan paling banyak kepada Barisan Nasional (88 item berita). Bagi kategori penonjolan tinggi yang bersifat positif kepada APU-GAGASAN hampir kesemuanya adalah daripada akhbar bahasa Cina (33 item berita daripada 37). Didapati juga penonjolan berita tinggi juga diberikan kepada APU-GAGASAN tetapi ia lebih bersifat negatif.

Jadual 5.3 Hala Liputan Berita Parti Politik

		Rendah	Sederhana	Tinggi	Jumlah
	Melayu	120	127	29	276
Berkecuali	Cina	329	649	169	1147
	India	94	153	24	271
	Inggeris	298	267	142	707
	Melayu	203	248	32	483
Positif	Cina	160	287	54	501
BN	India	46	89	10	145
	Inggeris	96	144	88	328
	Melayu	4	7	0	11
Negatif	Cina	59	106	17	182
BN	India	15	14	4	33
	Inggeris	4	2	0	6
	Melayu	21	11	1	33
Positif	Cina	63	117	33	213
GAG-APU	India	9	18	0	27
	Inggeris	17	10	3	30
	Melayu	127	214	30	371
Negatif	Cina	55	119	14	188
GAG-APU	India	22	24	4	50
	Inggeris	26	31	18	75

Satu perkara yang dapat diambil kesimpulan ialah majoriti berita tentang parti politik mendapat penonjolan yang rendah, sama ada ia bersifat positif kepada Barisan Nasional atau negatif kepada APU-GAGASAN.

Liputan Parti Politik

Kajian telah meneliti liputan yang diberikan terhadap parti-parti politik. Pada mulanya pengkaji membuat analisis terhadap parti politik yang menjadi ahli komponen Barisan Nasional secara berasingan tetapi kemudiannya ia dianalisiskan sebagai satu kategori sahaja iaitu Barisan Nasional. Begitu juga bagi parti dalam Gagasan Rakyat dan Angkatan Perpaduan Ummah yang dikira sebagai berasingan dan kemudiannya dianggap sebagai berada dalam satu komponen. Jadual 5.4 menunjukkan bahawa 10 kategori diwujudkan, termasuk satu kategori yang merangkumi kesemua parti politik di Sabah dan Sarawak (khususnya PBS).

Dari Jadual 5.4 ternyata bahawa komponen parti dalam Barisan Nasional paling kerap dijadikan sumber maklumat

Jadual 5.4 Berita mengenai Parti Politik dan Organisasi

	Melayu	Cina	Tamil	Inggeris	Jumlah
UMNO	350	202	92	217	861
MCA	23	141	14	55	233
MIC	19	17	76	27	139
Gerakan	25	54	13	33	125
S46	37	60	16	32	145
DAP	22	160	13	28	223
PAS	16	11	1	12	40
PRM	2	10	1	1	14
IPF	2	7	13	3	25
M. Timor	38	31	7	25	101
Jumlah	534	693	246	433	1906

sesuatu berita. Jika dibandingkan dengan semua parti, UMNO paling banyak disebut dalam semua akhbar. Sebanyak 45% daripada keseluruhan berita tentang parti politik adalah tentang UMNO. Sebanyak 1906 item berita yang disiarkan dalam kesemua akhbar tentang parti-parti politik, sebanyak 861 berita adalah tentang UMNO.

Parti kedua yang banyak mendapat liputan ialah MCA (sebanyak 12%). Ini diikuti dengan liputan tentang DAP. Walau bagaimanapun, jelas terdapat bahawa kebanyakan liputan tentang MCA dan DAP adalah daripada akhbar-akhbar berbahasa Cina. Daripada jumlah 233 item berita tentang MCA, sebanyak 141 atau 61% berita adalah disiarkan dalam akhbar *Nanyang Siang Pau* dan *Sin Chew Jit Poh*.

Parti DAP mendapat liputan berita yang ketiga banyaknya, iaitu sebanyak 223 item berita atau 12%; kebanyakannya daripada akhbar Cina. Jadual 5.4 menunjukkan daripada jumlah item berita yang diberikan kepada DAP, sebanyak 160 atau 72% adalah dalam dua akhbar tersebut.

Parti-parti India, iaitu MIC dan IPF menyalurkan berita yang banyak melalui akhbar *Tamil Nesan* dan *Nanban*. Daripada 139 item berita yang menyebut MIC, sebanyak 55% adalah terkandung dalam kedua-dua akhbar Tamil tersebut manakala daripada 25 item berita yang diberikan kepada IPF, sebanyak 13 atau 52% adalah dalam akhbar *Tamil Nesan* dan *Nanban*.

Liputan berita tentang parti juga terdorong oleh perjuangan parti dan bahasa akhbar itu sendiri. Akhbar bahasa Cina memberi liputan yang luas kepada MCA dan DAP, akhbar bahasa Melayu pula memberikan liputan yang luas terhadap UMNO dan Semangat 46 dan akhbar berbahasa Tamil pula lebih melaporkan berita tentang MIC daripada parti lain.

Liputan Parti Politik dan Organisasi Lain

Untuk analisis berikutnya, beberapa kategori diwujudkan termasuk satu kategori mengenai organisasi lain. Apa yang dimaksudkan dengan kategori "organisasi lain" ialah organisasi yang bukan merupakan parti politik seperti Suruhanjaya Pilihan Raya atau pihak polis. Kajian telah mendapatkan data dari segi liputan yang diberikan kepada Barisan Nasional (BN), GAGAS-

Jadual 5.5 Liputan Parti Politik dan Organisasi Lain

	Keseluruhan	%
BN	2196	54.72
GAGASAN-APU	1266	31.55
PBS	251	6.25
Pembangkang Lain	40	1.00
Organisasi Lain	250	6.23
Calon Bebas	10	0.25
Jumlah	4013	100

AN dan APU sebagai satu komponen, PBS, parti pembangkang lain (yang tidak termasuk dalam GAGASAN-APU), organisasi lain dan calon-calon Bebas. Jumlah yang diperolehi bagi kategori BN adalah lebih banyak daripada liputan yang diberikan oleh setiap parti dalam komponen daripada Jadual 5.3. Ini adalah kerana dalam membuat kategori, ada berita yang menyebut BN sahaja dengan tidak menyebut parti gabungan.

Jadual 5.5 menunjukkan bahawa BN mendapat liputan yang terbanyak berbanding parti-parti lain. Sebanyak 55% daripada liputan berita adalah tentang BN berbanding dengan 32%

Jadual 5.6 Liputan Komponen Parti mengikut Jenis Akhbar

	BH	UM	NST	ST	NYSP	SCJP	NE	BAN	K	%
BN	257	233	271	164	501	465	192	113	2196	54.72
GAG-APU	230	141	144	69	289	276	38	9	1266	31.50
PBS	54	41	34	12	44	49	7	10	251	6.25
Pembang-kang	15	4	6	3	4	7	1	0	40	1.00
Organisasi Lain	78	43	45	28	21	25	5	5	250	6.23
Bebas	0	0	5	2	0	0	2	1	10	0.25
Jumlah	634	462	505	278	859	822	245	208	4013	100

yang diberikan kepada GAGASAN-APU. Parti-parti kecil lain, termasuk calon bebas, tidak mendapat perhatian dalam akhbar-akhbar tempatan.

Kajian ini juga meninjau liputan berita mengikut akhbar yang dikategorikan seperti Barisan Nasional sebagai satu komponen parti, GAGASAN-APU sebagai satu komponen, PBS, Pembangkang, Organisasi-organisasi lain dan Calon Bebas. Jadual 5.6 menunjukkan hasil penemuan yang mendapati BN mendapat liputan yang paling banyak dalam semua akhbar.

Jadual 5.6 menunjukkan bahawa majoriti berita yang disiarkan tentang BN dan APU-GAGASAN adalah daripada akhbar Cina. Parti-parti kecil bukan gabungan BN atau GAGASAN-APU tidak mendapat liputan yang besar oleh akhbar-akhbar tempatan. Liputan yang diberikan kepada PBS adalah kerana pada akhir-akhir kempen pilihan raya umum PBS mengumumkan keluar dari BN. Ini telah menarik perhatian para penyunting akhbar. Jika dibuat analisis mengikut akhbar didapati bahawa akhbar Cina memberikan liputan yang banyak sekali kepada BN dan GAGASAN-APU daripada akhbar-akhbar lain.

Pemimpin sebagai Punca Berita

Kajian ini meninjau liputan yang memetik pemimpin setiap parti politik sebagai sumber berita. Ini bermaksud setiap berita yang memetik pemimpin parti sebagai punca berita akan dimasukkan ke dalam kategori ini. Seramai 11 orang pemimpin dikesan sebagai sumber berita iaitu Dr. Mahathir Mohamad, Ghafar Baba, Ling Leong Sik, Samy Vellu, Lim Kheng Yeik, Tengku Razaleigh, Lim Kit Siang, Mohd. Fadhil Nor, Syed Husin Ali, Joseph Pairin Kitingan, dan Pandithan. Mereka dipilih berdasarkan kedudukan sebagai pemimpin dalam parti masing-masing. Ghafar Baba juga dipilih berdasarkan jawatannya sebagai Timbalan Perdana Menteri Malaysia. Selain daripada itu terdapat juga berita yang memetik pemimpin-pemimpin rendah parti sebagai sumbernya, tetapi bagi tujuan laporan ini berita tersebut diasingkan.

Jadual 5.7 menunjukkan bahawa dalam kajian ini Dr. Mahathir dan Ghafar Baba mendapat liputan yang luas dalam kesemua akhbar. Lim Kit Siang mendapat tempat yang kedua

Jadual 5.7 Liputan Berita Bersumberkan Pemimpin Parti

	BH	UM	NYSP	SCJP	NE	BAN	NST	ST	Jumlah
Mahathir	47	44	37	49	15	21	45	28	286
Ghafar Baba	24	22	22	13	6	11	18	12	128
Leong Sik	6	4	16	21	4	2	8	16	77
Samy Velu	7	4	5	5	17	11	9	12	70
Kheng Yeik	6	3	6	5	1	5	4	5	35
Razaleigh	12	15	18	24	0	4	10	9	92
Kit Siang	5	5	23	22	1	4	4	5	69
Fadzil Nor	4	1	6	3	0	1	6	2	23
Syed Husin	1	0	1	3	0	1	1	0	7
Pandithan	2	1	4	3	0	7	2	1	20
Pairin	3	2	5	5	1	2	5	1	24

luasnya dalam akhbar Cina. Pemimpin yang mendapat liputan yang ketiga luasnya dalam akhbar bahasa Melayu dan Inggeris ialah Tengku Razaleigh. Jadual 5.7 juga menunjukkan bahawa setiap akhbar memberikan liputan berita kepada pemimpin yang sama bangsa. Walau bagaimanapun ada pemimpin seperti Dr. Mahathir Mohamad dan Ghafar Baba, atas sifat jawatan mereka sebagai Perdana Menteri dan Timbalan Perdana Menteri mendapat liputan dalam kesemua akhbar.

Liputan berita tentang pemimpin dan personaliti adalah berbeza mengikut akhbar. Kajian ini telah membuat kategori beberapa orang pemimpin yang diberikan liputan. Kajian mendapati bahawa terdapat beberapa orang personaliti atau pemimpin yang menonjol. Jadual 5.7 menunjukkan bahawa Perdana Menteri mendapat liputan yang paling banyak berbanding dengan pemimpin lain. Berita tentang Menteri/Menteri Besar dari UMNO juga mendapat liputan yang terbanyak berbanding dengan menteri-menteri dari parti lain atau pemimpin lain.

Penonjolan

Kajian telah mendapat satu gambaran tentang penonjolan

berita yang diberikan kepada berita yang memetik pemimpin sebagai sumber. Jadual 5.8 menunjukkan liputan yang diberikan kepada pemimpin mengikut ukuran penonjolan Budd. Kajian ini telah menjadikan skor 0 dan 1 sebagai penonjolan rendah, 2 dan 3 sebagai penonjolan sederhana dan skor 4 dan 5 sebagai penonjolan tinggi.

Dr. Mahathir mendapat liputan yang banyak sebagai seorang individu. Beliau mendapat liputan sebanyak 91 item berita dalam bahasa Melayu, 86 dalam akhbar Cina, 73 item dalam akhbar Inggeris, dan 36 dalam akhbar Tamil. Dari segi penonjolan berita, Dr. Mahathir mendapat perhatian yang

Jadual 5.8 Berita Sumber Pemimpin mengikut Penonjolan

		Rendah	Sederhana	Tinggi	Jumlah
	Melayu	23	60	8	91
Mahathir	Cina	13	57	16	86
(n = 286)	India	7	22	7	36
	Inggeris	10	23	40	73
	Melayu	13	30	3	46
Ghafar	Cina	7	23	5	35
(n = 128)	India	6	11	0	17
	Inggeris	10	12	8	30
	Melayu	1	9	0	10
Leong Sik	Cina	12	18	7	37
(n = 77)	India	3	3	0	6
	Inggeris	4	13	7	24
	Melayu	5	6	0	11
Samy Vellu	Cina	3	5	2	10
(n = 70)	India	6	16	6	28
	Inggeris	3	13	5	21
	Melayu	6	3	0	9
Kheng Yeik	Cina	0	6	5	11
(n = 35)	India	3	3	0	6
	Inggeris	6	2	1	9

sambungan **Jadual 5.8**

		Rendah	Sederhana	Tinggi	Jumlah
Tengku Razaleigh (n = 92)	Melayu	15	10	2	27
	Cina	6	27	9	24
	India	2	2	0	4
	Inggeris	4	11	4	19
Kit Siang (n = 69)	Melayu	5	4	1	10
	Cina	11	22	12	45
	India	2	3	0	5
	Inggeris	3	5	1	9
Fadzil Nor (n = 23)	Melayu	2	3	0	5
	Cina	3	6	0	9
	India	1	0	0	1
	Inggeris	4	2	2	8
S Husin (n = 6)	Melayu	0	0	0	0
	Cina	0	4	0	4
	India	1	0	0	1
	Inggeris	1	0	0	1
Pandithan (n = 20)	Melayu	2	1	0	3
	Cina	1	4	2	7
	India	0	6	1	7
	Inggeris	1	2	0	3
Pairin (n = 24)	Melayu	2	2	1	5
	Cina	2	5	3	10
	India	1	2	0	3
	Inggeris	3	2	1	6

tinggi sekali dalam penyiaran berita di kesemua akhbar. Misalnya, dalam 73 item berita yang disiarkan tentang Dr. Mahathir dalam akhbar bahasa Inggeris, 40 item mendapat penonjolan yang tinggi.

Setiap akhbar memberikan tekanan berita kepada pemimpin yang sama latar belakang dengan bahasa akhbar tersebut. Misalnya akhbar bahasa Melayu memberikan tumpuan kepada individu dan pemimpin Melayu, sementara akhbar Tamil pula

memberikan sebanyak 28 item berita kepada Presiden MIC, Datuk Sri Samy Vellu, jumlah yang banyak sekali selepas Dr. Mahathir. Presiden IPF, iaitu seorang bekas pemimpin MIC juga mendapat liputan yang banyak (jika dibandingkan dengan semua akhbar) dalam akhbar Tamil yang beliau mendapat sebanyak 7 item berita (sama seperti akhbar bahasa Cina).

Akhbar Cina memberikan liputan yang terbanyak kepada Lim Kit Siang daripada pemimpin Cina lain. Kedua akhbar Cina dalam kajian memberi sebanyak 45 item berita kepada Lim Kit Siang berbanding dengan 37 item yang diberikan kepada Ling Leong Sik.

Tengku Razaleigh, sebagai pemimpin Semangat 46, diberi liputan yang banyak sekali dalam akhbar Cina berbanding dengan akhbar-akhbar lain. Sebanyak 42 item berita diberikan kepada Tengku Razaleigh dalam akhbar Cina berbanding dengan akhbar bahasa Melayu (sebanyak 27 item berita), akhbar Inggeris (sebanyak 19 item berita) dan akhbar bahasa Tamil (sebanyak 4 item berita).

Pemimpin PAS, Haji Fadzil Nor, mendapat liputan yang banyak sekali dalam akhbar bahasa Cina. Beliau mendapat sebanyak 9 item berita dalam akhbar bahasa Cina, 5 dalam bahasa Melayu, 8 dalam bahasa Inggeris dan cuma satu dalam bahasa Tamil.

Berita yang Memberikan Fokus kepada Pemimpin

Terdapat satu kategori berita yang memberi tumpuan kepada pemimpin. Berita dalam kategori ini tidak memetik pemimpin sebagai sumber tetapi menyiarkan berita tentang pemimpin parti sama ada ia melaporkan kritikan yang dilemparkan oleh parti lawan terhadap seorang pemimpin lain atau menyiarkan berita itu sebagai melaporkan aktiviti pemimpin tersebut.

Jadual 5.9 menunjukkan bahawa Tengku Razaleigh, Dr. Mahathir dan Lim Kit Siang mendapat liputan yang terbanyak sekali dalam kategori ini. Ketiga-tiga individu ini adalah pemimpin tiga buah parti yang paling aktif dalam kempen pilihan raya

Jadual 5.9 Liputan Berita yang Menunjukkan Pemimpin Parti

	BH	UM	NYSP	SCJP	NE	BAN	NST	ST	Jumlah
Mahathir	16	27	19	23	5	1	44	10	145
Ghafar Baba	2	3	9	5	2	1	14	5	41
Leong Sik	0	0	12	9	1	0	5	4	31
Samy Vellu	4	3	6	1	10	10	7	5	56
Kheng Yeik	0	0	5	5	0	0	4	1	15
Razaleigh	41	60	22	20	4	6	25	11	189
Kit Siang	2	10	30	32	6	4	7	10	101
Fadzil Nor	0	3	2	1	0	0	6	1	13
Syed Husin	0	0	2	7	0	2	0	1	12
Pandithan	0	0	2	1	2	5	3	1	14
Pairin	18	17	10	22	0	0	13	7	87

umum. Jika diteliti didapati bahawa berita yang memberi tumpuan kepada Tengku Razaleigh disiarkan banyak sekali dalam akhbar bahasa Melayu iaitu sebanyak 101 dari 189 jumlah item berita dan Lim Kit Siang mendapat liputan yang banyak sekali dalam akhbar Cina iaitu sebanyak 62 item berita berbanding dengan 101 item berita seluruhnya.

Penonjolan

Kajian telah meneliti bagaimana akhbar menonjolkan berita tentang pemimpin politik. Jadual 5.10 menunjukkan bagaimana beberapa orang pemimpin ditonjolkan dalam berita ketika pilihan raya umum 1990. Pemimpin yang mendapat berita penonjolan yang banyak ialah Dr. Mahathir, Tengku Razaleigh dan Lim Kit Siang. Sebanyak 42 item tentang berita yang paling menonjol diberikan kepada Dr. Mahathir berbanding dengan 31 item yang diberikan kepada Tengku Razaleigh, 20 kepada Lim Kit Siang dan 16 kepada Pairin Kitingan. Didapati juga, untuk liputan Dr. Mahathir dan Tengku Razaleigh majoriti berita adalah disiarkan dalam akhbar Inggeris, bagi Lim Kit Siang majoriti berita disiarkan dalam akhbar Cina dan bagi Pairin ialah dalam akhbar bahasa Melayu dan Inggeris. Bagi Tengku Razaleigh berita yang menonjolkan ini datang pada akhir kempen pilihan

raya iaitu ketika peristiwa pemakaian tengkolok. Manakala berita yang ditumpukan kepada Pairin adalah akibat daripada peristiwa PBS mengisytiharkan keluar dari Barisan Nasional.

Kesimpulan

Akhbar di Malaysia memberikan liputan yang banyak terhadap peristiwa dalam pilihan raya umum 1990. Liputan yang diberikan oleh akhbar meliputi aspek personaliti, individu dan organisasi yang terlibat dalam pilihan raya umum. Sebanyak 5078 item berita dikenal pasti dalam kajian ini. Akhbar yang banyak membuat liputan berita ialah akhbar dalam bahasa Cina diikuti oleh akhbar dalam bahasa Melayu, bahasa Inggeris dan bahasa Tamil.

Dua ukuran digunakan dalam membuat perkiraan; satu melalui perulangan dan keduanya melalui Skor Budd. Kajian mendapati terdapat korelasi yang rapat di antara penemuan secara perulangan dan Skor Budd.

Jadual 5.10 Berita Mengenai Pemimpin mengikut Penonjolan Akhbar

		Rendah	Sederhana	Tinggi	Jumlah
	Melayu	19	18	6	43
Mahathir	Cina	9	26	7	42
(n = 145)	India	2	4	0	6
	Inggeris	8	15	31	54
	Melayu	2	1	2	5
Ghafar	Cina	2	10	2	14
(n = 41)	India	0	3	0	3
	Inggeris	5	8	6	19
	Melayu	0	0	0	0
Leong Sik	Cina	7	10	4	21
(n = 31)	India	1	0	0	1
	Inggeris	2	8	2	12

sambungan **Jadual 5.10**

		Rendah	Sederhana	Tinggi	Jumlah
	Melayu	5	2	0	7
Samy Vellu	Cina	5	12	0	17
(n = 56)	India	4	10	6	20
	Inggeris	2	8	2	12
	Melayu	0	0	0	0
Kheng Yeik	Cina	3	3	4	10
(n = 15)	India	0	0	0	0
	Inggeris	4	0	1	5
	Melayu	24	63	14	101
Tengku	Cina	6	35	1	42
Razaleigh	India	10	0	0	10
(n = 189)	Inggeris	6	14	16	36
	Melayu	3	8	1	12
Lim Kit Siang	Cina	18	31	13	62
(n = 101)	India	5	5	0	10
	Inggeris	3	8	6	17
	Melayu	1	2	0	3
Fadzil Nor	Cina	1	2	0	3
(n = 13)	India	0	0	0	0
	Inggeris	3	2	2	7
	Melayu	0	0	0	0
S Husin	Cina	3	5	1	9
(n = 12)	India	2	0	0	2
	Inggeris	1	0	0	1
	Melayu	0	0	0	0
Pandithan	Cina	0	1	2	3
(n = 14)	India	1	6	0	7
	Inggeris	2	2	0	4
	Melayu	6	23	6	35
Pairin	Cina	5	23	4	32
(n = 87)	India	0	0	0	0
	Inggeris	6	8	6	20

Ciri yang nyata dalam penemuan ini ialah akhbar memberikan tumpuan yang banyak kepada parti yang berada dalam komponen BN. Akhbar juga memberikan tumpuan kepada parti yang berada dalam gabungan GAGASAN-APU tetapi liputan ini jauh lebih kecil daripada jumlah liputan yang diberikan kepada Barisan Nasional.

Akhbar kajian juga memberikan perhatian yang banyak kepada Perdana Menteri dan Timbalan Perdana Menteri, tidak kira jenis dan bahasa akhbar. Untuk pemimpin lain, akhbar memberikan tumpuan kepada pemimpin dalam bahasa mereka. Misalnya, Samy Vellu mendapat perhatian yang banyak dalam akhbar bahasa Tamil tetapi tidak mendapat liputan yang begitu meluas dalam akhbar bahasa Cina atau akhbar bahasa Melayu. Begitu juga mengenai Ling Leong Sik dan Lim Kit Siang yang mendapat perhatian dalam akhbar Cina tetapi tidak sangat mendapat perhatian dalam akhbar bahasa lain.

Bab VI

KARIKATUR DALAM AKHBAR

Pengenalan

Karikatur dianggap sebagai satu saluran komunikasi yang penting untuk menyampaikan mesej politik kepada khalayak. Ia memudahkan pemahaman khalayak terhadap isu yang kompleks tanpa memerlukan mereka mempunyai tingkat pendidikan yang tinggi. Dalam pilihan raya umum yang lepas, karikatur banyak digunakan oleh parti-parti politik untuk mendapatkan sokongan daripada pengundi.

Bab ini mengemukakan hasil kajian berdasarkan analisis ke atas semua lukisan karikatur yang disiarkan dalam enam jenis akhbar harian kebangsaan. Akhbar-akhbar yang dianalisiskan ialah *Berita Harian* dan *Utusan Malaysia* untuk akhbar bahasa Melayu, *New Straits Times* dan *Star* untuk akhbar bahasa Inggeris serta *Nanyang Siang Pau* dan *Sin Chew Jit Poh* untuk akhbar bahasa Cina.

Keenam-enam jenis akhbar ini dipilih berdasarkan tingkat pengedaran serta bilangan pembaca yang tinggi. Kesemua akhbar yang dianalisis mempunyai edaran melebihi 100 ribu naskhah sehari dan jumlah pembaca melebihi 500 ribu orang. Tempoh kajian adalah dari 8 hingga 22 Oktober 1990. Liputan kajian merangkumi karikatur politik, termasuk segala iklan karikatur politik yang disiarkan dalam keenam-enam jenis akhbar tersebut.

Sebenarnya karikatur digunakan secara meluas dalam banyak lapangan dan dibuat dalam pelbagai saluran. Di dalam pilihan raya umum, karikatur digunakan sebagai bahan surat

Jadual 6.1 Bilangan Pengedaran dan Pembaca untuk Akhbar-akhbar yang Dianalisis

	Pengedaran (salinan/hari)	Pembaca (orang)
Berita Harian (BH)	236 000	1 642 000
Utusan Malaysia (UM)	226 000	1 446 000
New Straits Times (NST)	162 000	596 000
Star (Star)	146 000	567 000
Nanyang Siang Pau (NYSP)	152 000	691 000
Sin Chew Jit Poh (SCJP)	121 000	528 000

(*Sumber*: SRM, 1990; dan ABC, 1990)

layang, dilukis di papan-papan tanda atau diedarkan sebagai risalah. Walau bagaimanapun, kajian ini mengehadkan penggunaan karikatur dalam akhbar harian sahaja.

Tujuan Kajian

Tiga pendekatan digunakan dalam kajian ini. Pendekatan pertama bertujuan melihat corak penggunaan karikatur politik dalam masyarakat Malaysia yang berbilang etnik sama ada terdapat perbezaan di antara akhbar yang menggunakan karikatur politik dan jika ada apakah pula perbezaannya.

Selain daripada itu, iklan karikatur politik yang ditaja oleh parti-parti politik juga dikaji untuk mengetahui corak penggunaannya. Dalam konteks iklan karikatur politik, tujuan pengkaji adalah untuk melihat cara lukisan karikatur itu dimanipulasikan.

Pendekatan ketiga ialah untuk mengkaji pelukis-pelukis karikatur. Kartunis-kartunis dari akhbar tertentu yang kerap memberi perhatian terhadap perkembangan politik tanah air juga dikaji dari segi arah kecenderungan mereka untuk melukis karikatur untuk pihak tertentu. Penekanan yang diberikan oleh pihak akhbar dari segi kekerapan dan penonjolan terhadap lukisan kartunis itu juga menjadi salah satu tujuan kajian ini.

Kajian Lepas

Setakat ini, masih belum terdapat penyelidikan analisis kandungan yang mendalam digunakan terhadap lukisan karikatur politik di Malaysia.

Karikatur politik telah lama diberi perhatian oleh kartunis di Malaysia dan dunia luar untuk menyampaikan pendapat dan mesej mereka. Namun demikian iklan karikatur politik didapati buat pertama kalinya digunakan secara meluas dalam pilihan raya umum Malaysia 1986 (Syed Arabi Idid dan Mohd. Safar, 1993).

Sesuai dengan sejarah penggunaan iklan karikatur politik dalam pilihan raya umum 1986, satu tinjauan untuk mengetahui penerimaan pengundi telah dilakukan oleh Giam (1989). Sebelum itu, Ong dan Cheong (1986) juga pernah melihat kandungan iklan karikatur politik pada pilihan raya umum tersebut tetapi ini dilakukan secara kualitatif.

Dalam pilihan raya umum 1990, banyak iklan karikatur politik digunakan dengan tujuan memperolehi sokongan pengundi. Selain daripada itu, ramai di kalangan pelukis karikatur juga tidak melepaskan peluang untuk menyalurkan pendapat mereka melalui kreativiti masing-masing. Ada di kalangan kartunis yang telah menggunakan lukisan simbolik itu untuk menyindir pihak tertentu.

Metodologi

Untuk melihat corak penggunaan karikatur politik itu, kaedah analisis kandungan digunakan bagi meneliti semua karikatur politik yang disiarkan di dalam akhbar *Berita Harian*, *Utusan Malaysia*, *New Straits Times*, *Star*, *Nanyang Siang Pau*, dan *Sin Chew Jit Poh*. Analisis kandungan ini hanya meliputi penyiaran kartun politik dari 8 hingga 22 Oktober 1990, iaitu tiga hari sebelum penamaan calon dan sehari selepas pembuangan undi.

Kaedah kandungan didapati paling sesuai untuk melihat corak penggunaan karikatur kerana menurut Weber (1991), ia adalah satu kaedah penyelidikan yang menggunakan satu tatacara yang dapat membuat inferensi yang kekal daripada pem-

bacaan. Kaedah ini merupakan satu kaedah penyelidikan yang biasa digunakan dalam penyelidikan bidang komunikasi dan sains politik.

Sesuai dengan kajian ini, kandungan karikatur politik yang dianalisis dilihat dalam aspek kualitatif dan kuantitatif. Aspek kualitatif dilihat pada corak lukisan karikatur tertentu dan arah kecenderungannya sama ada memihak kepada parti pemerintah atau sebaliknya. Strategi yang dimainkan oleh penaja iklan karikatur politik juga diteliti.

Aspek kuantitatif pula melihat kepada kekerapan dan penonjolan setiap lukisan. Menurut Stone dan McCombs (1981), kekerapan sesuatu laporan didapati mempunyai korelasi yang erat dengan ukuran lajur kali panjang. Dengan penemuan itu, pengkaji menganggap pengiraan kekerapan sesuatu lukisan boleh digunakan sebagai satu unit pengukuran dalam mengkaji sesuatu tema yang disajikan oleh pelukis karikatur ataupun penaja iklan karikatur.

Mengenai keutamaan sesebuah lukisan karikatur politik, skor penonjolan yang dicadangkan oleh Budd (1964) digunakan. Oleh sebab kajian ini menganalisis lukisan dan bukannya teks, maka sedikit pengubahsuaian dilakukan supaya ia lebih tepat. Peruntukan markah dalam kajian ini adalah berdasarkan skor penonjolan Budd (1964) dan pengubahsuaian dari pengkaji adalah seperti berikut:

(1) Satu markah untuk lebar lukisan yang melebihi dua lajur.
(2) Satu markah (tambahan) untuk lebar lukisan yang melebihi separuh daripada lebar halaman akhbar.
(3) Satu markah untuk lukisan yang terletak di atas lipatan akhbar.
(4) Satu markah untuk luas lukisan yang melebihi tiga perempat daripada panjang lajur.
(5) Satu markah untuk lukisan yang terletak di muka depan, halaman editorial, atau halaman sukan.
(6) Satu markah untuk luas lukisan yang merangkumi satu halaman penuh.
(7) Satu markah (tambahan) untuk luas lukisan yang melebihi satu halaman penuh.

Daripada kriteria pengukuran di atas, kemungkinan julat untuk skor penonjolan dalam kajian ini adalah 0-6. Skor

penonjolan tidak mungkin mencapai 7 markah disebabkan lukisan yang mempunyai luas lebih daripada satu halaman penuh tidak diletakkan di halaman yang utama (muka depan dan lain-lain). Begitu juga lukisan yang terletak di halaman utama tidak mungkin mempunyai luas sebesar dua halaman. Berdasarkan kemungkinan julat (0 - 6) itu, pengkaji menetapkan 0, 1 dan 2 markah sebagai penonjolan rendah; 3 dan 4 markah sebagai penonjolan sederhana; serta 5 dan 6 markah sebagai penonjolan tinggi.

Tumpuan kajian ini adalah pada penyiaran karikatur politik dalam enam buah akhbar, iklan karikatur politik, parti dan pemimpin politik yang menjadi tumpuan, serta arah kecenderungan lukisan karikatur.

Hasil Kajian

Sebanyak 225 lukisan karikatur politik yang disiarkan telah dibuat analisis. Mengikut pecahan jenis akhbar, taburannya adalah seperti dalam Jadual 6.2 iaitu didapati akhbar bahasa Cina yang paling banyak menyiarkan karikatur politik (54.2%) daripada kesemua karikatur yang dianalisis. Akhbar bahasa Melayu meliputi 34.3%, dan akhbar bahasa Inggeris cuma 11.5%.

Apabila dianalisis, kajian mendapati ada sebanyak 130 lukisan karikatur dan 90 lukisan karikatur iklan (40%) dimuatkan dalam tempoh kajian. Akhbar Cina paling banyak menyiarkan iklan karikatur berbanding dengan akhbar-akhbar lain. *Sin*

Jadual 6.2 Taburan Lukisan Karikatur Politik mengikut Akhbar

Akhbar	Keseluruhan	%
BH	24	10.7
UM	53	23.6
NST	16	7.1
Star	10	4.4
NYSP	43	19.1
SCJP	79	35.1
Jumlah	225	100.0

Jadual 6.3 Akhbar dengan Jenis Karikatur

Jenis	BH	UM	NST	STAR	NYSP	SCJP	Jumlah
Iklan	9	8	8	7	30	28	90
	(37.5)	(15.1)	(50.0)	(70.0)	(69.8)	(35.4)	(40.0)
Bukan Iklan	15	45	8	3	13	51	135
	(62.5)	(84.9)	(50.0)	(30.0)	(30.2)	(64.6)	(60.0)
Jumlah	24	53	16	10	43	79	225

Chew Jit Poh paling banyak menyiarkan lukisan karikatur politik daripada akhbar-akhbar lain (Lihat Jadual 6.3).

Daripada jumlah iklan karikatur, 33% daripadanya disiarkan dalam *Nanyang Siang Pau* dan 31% dalam *Sin Chew Jit Poh*. Akhbar-akhbar bahasa Melayu dan Inggeris tidak banyak menyiarkan iklan karikatur iaitu sekadar 19% dan 17% sahaja.

Terdapat tiga buah organisasi politik dan satu pihak yang tidak dikenali (digelar sebagai "Rakyat Selangor") telah mengiklankan karikatur tersebut. Pengiklan-pengiklan itu menajakan iklan karikatur mereka dalam akhbar-akhbar seperti dalam Jadual 6.4.

Iklan karikatur yang ditaja oleh Barisan Nasional disiarkan dalam kesemua akhbar, tetapi bagi iklan tajaan MCA, kesemua diterbitkan dalam dua akhbar Cina.

Jadual 6.4 Akhbar dengan Pengiklan

Pengiklan	BH	UM	NST	STAR	NYSP	SCJP	Jumlah
BN	7	7	7	7	7	7	28
	(16.7)	(16.7)	(16.7)	(16.7)	(16.7)	(16.7)	(100)
MCA	0	0	0	0	20	20	40
					(50.0)	(50.0)	(100)
Gagasan Rakyat	0	0	0	0	1	1	2
					(50.0)	(50.0)	(100)
Rakyat Selangor	2	1	1	0	2	0	6
	(33.3)	(16.7)	(16.7)		(33.3)		(100)

Karikatur Politik

Daripada kesemua 90 lukisan iklan karikatur politik itu, hanya enam lukisan (7%) tidak menyatakan mana-mana organisasi kerana ia membawa mesej untuk orang ramai sahaja tanpa menyindir mana-mana pihak. Gabungan APU-GAGASAN paling kerap dijadikan sasaran parti lawan. Sebanyak 33% atau 30 lukisan iklan karikatur menyiarkan tumpuan tentang APU-GAGASAN. Daripada 30 lukisan itu, terdapat dua lukisan iklan karikatur politik yang ditaja oleh Gagasan Rakyat sendiri. Tema iklan karikatur Gagasan Rakyat itu yang disiarkan dalam *Nanyang Siang Pau* dan *Sin Chew Jit Poh* adalah "Pilihan dari dua buah kedai runcit". Sebanyak 28 buah lukisan lagi adalah datang dari kritikan Barisan Nasional (BN) (18 lukisan) dan Malaysia Chinese Association (MCA) (10 lukisan) terhadap parti lawan.(Jadual 6.5).

Barisan Nasional menjadi sasaran iklan karikatur politik sebanyak 30 kali (33%). Daripada jumlah itu, 24 lukisan karikatur diiklankan oleh parti itu sendiri. Enam buah lukisan karikatur ditaja oleh "Rakyat Selangor" yang diiklankan di akhbar *Berita Harian* (2), *Utusan Malaysia* (1), *New Straits Times* (1), dan *Nanyang Siang Pau* (2).

Jadual 6.5 Akhbar dan Parti (Sasaran) dalam Iklan Karikatur Politik

Parti	BH	UM	NST	STAR	NYSP	SCJP	Jumlah
BN	6	5	5	4	6	4	30
	(20.0)	(16.7)	(16.7)	(13.3)	(20.0)	(13.3)	(100)
MCA	0	0	0	0	6	6	12
					(50.0)	(50.0)	(100)
APU-GAGASAN	3	3	3	3	9	9	30
	(10.0)	(10.0)	(10.0)	(10.0)	(30.0)	(30.0)	(100)
DAP	0	0	0	0	6	6	12
					(50.0)	(50.0)	(100)
Tiada	0	0	0	0	3	3	6
					(50.0)	(50.0)	(100)

Sebuah parti komponen BN iaitu MCA juga mengiklankan partinya sendiri sebanyak 12 kali. MCA tidak mengiklankan partinya di dalam akhbar bahasa Melayu dan Inggeris kerana ingin menghubungi sasaran khalayaknya daripada golongan pembaca akhbar bahasa Cina sahaja. Parti itu telah mengiklankan sebanyak enam kali di *Nanyang Siang Pau* dan *Sin Chew Jit Poh*.

Selain daripada mengiklankan diri sendiri, MCA juga cuba mengutuk pakatan pembangkang sebanyak 10 kali. Parti Tindakan Demokratik (DAP) merupakan sasaran kritikan yang utama bagi MCA iaitu kesemua 12 iklan yang memperkatakan DAP adalah hasil kerja MCA. Kritikan tentang DAP disiarkan dalam akhbar bahasa Cina sahaja.

Kajian telah juga meninjau individu yang menjadi sasaran lukisan karikatur. Didapati tiga pemimpin pembangkang iaitu Lim Kit Siang (DAP), Tengku Razaleigh Hamzah (S46), dan Fadzil Nor (PAS) paling kerap diperkatakan. Mereka disindir oleh karikatur anjuran BN sebanyak 18 kali (masing-masing tiga kali dalam keenam jenis akhbar yang ditetapkan). Dua buah lukisan simbolik mendedahkan pakatan pemimpin DAP-S46-PAS adalah dari iklan karikatur politik tajaan MCA (setiap satu siaran dalam *Nanyang Siang Pau* dan *Sin Chew Jit Poh*). (Lihat Jadual 6.6).

Orang perseorangan yang kerap menjadi sasaran adalah Lim Kit Siang yang menjadi pilihan karikatur tajaan MCA. Lim Kit Siang dijadikan sasaran kritikan MCA dan kerap disindir dalam akhbar bahasa Cina. Kesemua iklan karikatur yang menjadikan beliau sebagai tajuk sindiran telah ditujukan kepada pembaca akhbar bahasa Cina (enam lukisan disalurkan melalui *Nanyang Siang Pau* dan *Sin Chew Jit Poh*).

Cabaran Lim Kit Siang terhadap tokoh Parti Gerakan Rakyat Malaysia, Dr. Lim Chong Eu, juga diberi perhatian oleh MCA. MCA tidak melepaskan peluang itu untuk mengutuk ahli-ahli politik pembangkang (DAP) yang lain seperti V. David, Lim Guang Eng, Chen Man Hing, dan lain-lain lagi.

Dua iklan karikatur politik tajaan "Rakyat Selangor", disiarkan dalam *Berita Harian*, satu lukisan dalam *New Straits Times* dan *Nanyang Siang Pau* bertemakan "Musang berbulu ayam". Setiap lukisan yang disiarkan dalam *Utusan Malaysia* dan *Nanyang Siang Pau* bertemakan "Sokong membawa rebah".

Jadual 6.6 Jenis Akhbar dengan Individu (Sasaran) dalam Iklan Karikatur Politik

Individu	BH	UM	NST	STAR	NYSP	SCJP	Jumlah
Lim Kit Siang	3 (15.0)	3 (15.0)	3 (15.0)	3 (15.0)	4 (20.0)	4 (20.0)	20 (100)
Tengku Razaleigh Fadzil Nor Lim Kit Siang	0	0	0	0	6 (50.0)	6 (50.0)	12 (100)
Lim Kit Siang Lim Chong Eu	0	0	0	0	1 (50.0)	1 (50.0)	2 (100)
A. Politik Pembangkang	0	0	0	0	4 (50.0)	4 (50.0)	8 (100)
Mahathir Muhammad M. Taib	2 (33.3)	1 (16.7)	1 (16.7)	0	2 (33.3)	0	6 (100)
Tiada	4 (9.5)	4 (9.5)	4 (9.5)	4 (9.5)	13 (30.2)	13 (30.2)	42 (100)

Walaupun kesemua lukisan itu tidak menonjolkan imej mana-mana tokoh politik, teks iklan karikatur itu memujuk orang ramai untuk memberi sokongan kepada Dato' Seri Dr. Mahathir Mohamad dan Tan Sri Muhammad bin Mohd. Taib. Dengan penekanan teks itu, didapati bahawa orang yang ingin diperkatakan adalah kedua-dua tokoh UMNO tersebut.

Hala

Setelah mengenal pasti pengiklan dan parti serta individu yang menjadi sasaran, pengkaji telah berusaha melihat arah kecenderungan iklan sama ada ia memihak kepada mana-mana pihak. Arah kecenderungan ini cuba memujuk sasaran pembaca agar menolak pembangkang (antipembangkang), menerima BN (pro-BN), menolak BN (anti-BN), menerima pembangkang (propembangkang) atau tidak memihak kepada sesiapa (berkecuali).

Gagasan Rakyat telah mengguna taktik merayu sokongan rakyat dengan mengharapkan mereka menerima pakatan pembangkang yang berusaha "*Check and balance*". Kedua-dua iklan

Jadual 6.7 Jenis Akhbar dengan Arah Kecenderungan Iklan Karikatur Politik

Arah	BH	UM	NST	STAR	NYSP	SCJP	Jumlah
Anti-pembangkang	3 (6.8)	3 (6.8)	3 (6.8)	3 (6.8)	16 (36.4)	16 (36.4)	44 (100)
Pro-BN	6 (13.6)	5 (11.4)	5 (11.4)	4 (9.1)	13 (29.5)	11 (25.0)	44 (100)
Pro-pembangkang	0	0	0	0	1 (50.0)	1 (50.0)	2 (100)
Jumlah	9	8	8	7	30	28	90

karikatur propembangkang adalah hasil kerja Gagasan Rakyat. Tiada individu menjadi kritikan dalam lukisan kartun yang disiarkan oleh pembangkang. (Lihat Jadual 6.7).

Iklan tajaan "Rakyat Selangor" menggunakan taktik memohon sokongan. Dalam hasil lukisan dan teks yang disampaikan tidak terdapat sebarang kritikan secara langsung terhadap pembangkang. Teks itu mengatakan hanya BN di bawah pimpinan Dr. Mahathir dan Muhammad Mohd. Taib sahaja yang boleh menentukan keamanan dan kesejahteraan negara dan negeri Selangor. Maka arah kecenderungan iklan karikatur tajaan "Rakyat Selangor" ini dikategorikan sebagai pro-BN.

BN dan parti komponennya, MCA, di samping memohon sokongan dari rakyat, juga meminta rakyat menolak parti pembangkang. Maka boleh dikatakan bahawa BN dan MCA telah menggunakan taktik yang lebih menyeluruh dalam kempen mereka. Pengundi tidak hanya diminta menyokong BN tetapi perlu menolak kewujudan pakatan pembangkang.

Penonjolan

Kajian telah meneliti keutamaan yang diberikan oleh akhbar kepada lukisan karikatur. Untuk tujuan ini skor Budd digunakan untuk mengetahui sejauh mana keutamaan telah diberikan. Keutamaan lukisan karikatur politik yang diberikan/diiklankan dalam kesemua akhbar boleh dirujukkan dalam Jadual 6.8.

Jadual 6.8 Jenis Akhbar dengan Keutamaan Karikatur

Markah	BH	UM	NST	STAR	NYSP	SCJP	Jumlah
Markah 1	2 (6.3)	13 (40.6)	0	0	8 (25.0)	9 (28.1)	32 (100)
Markah 2	5 (7.7)	8 (12.3)	1 (1.5)	2 (3.1)	10 (15.4)	39 (60.0)	65 (100)
Markah 3	5 (20.8)	2 (8.3)	0	0	4 (16.7)	13 (54.2)	24 (100)
Markah 4	2 (9.5)	6 (28.6)	6 (28.6)	0	4 (19.0)	3 (14.3)	21 (100)
Markah 5	10 (15.2)	9 (13.6)	9 (13.6)	8 (12.1)	16 (24.2)	14 (21.2)	66 (100)
Markah 6	0	15 (88.2)	0	0	1 (5.9)	1 (5.9)	17 (100)
Jumlah	24	53	16	10	43	79	225

Daripada markah-markah yang diperolehi, didapati banyak karikatur yang disiarkan dalam akhbar bahasa Melayu dan Cina diberi penonjolan yang rendah dan sederhana. Sebaliknya akhbar bahasa Inggeris lebih banyak terdapat karikatur yang diberi penonjolan yang tinggi. Pengkaji mendapati bahawa banyak karikatur yang disiarkan dalam akhbar bahasa Melayu dan Cina adalah lukisan kartunis yang dibuat atas minat sendiri untuk memperkatakan sesuatu isu. Atas sebab komersial, karikatur-karikatur sedemikian terpaksa dimuatkan dengan penonjolan yang kurang.

Utusan Malaysia didapati telah memberikan penonjolan yang tinggi terhadap 15 buah lukisan karikatur (yang berukuran dua halaman setiap satu) yang dimuatkan dalam satu penerbitan tambahan. Walaupun dalam karikatur-karikatur itu tidak ternampak penajanya tetapi ternyata lukisan ini membawa utusan yang meminta sokongan terhadap kepimpinan Dr. Mahathir dengan menonjolkan kemakmuran negara.

Sebaliknya akhbar bahasa Inggeris lebih menyiarkan karikatur yang menampakkan dengan jelas penajanya kerana dida-

pati sebanyak 50% daripada karikatur dalam *New Straits Times* dan 70% dalam *Star* adalah ditaja oleh pengiklan. Kesemua iklan karikatur itu adalah dalam keluasan satu halaman penuh. Banyak iklan politik karikatur yang ditaja oleh Senator Ng Peng Hui (MCA) disiarkan dalam pelbagai tema yang dimuatkan dalam satu ruangan. Iklan karikatur tersebut hanya disiarkan dalam akhbar bahasa Cina sahaja. Tajaan iklan karikatur sedemikian menyebabkan kekerapan yang tinggi tetapi mendapat penonjolan yang rendah.

Kesemua iklan karikatur yang dimuatkan dalam *Berita Harian*, *Utusan Malaysia*, *New Straits Times* dan *Star* mempunyai skor penonjolan sebanyak 5 markah. *Nanyang Siang Pau* dan *Sin Chew Jit Poh* pula di samping mempunyai iklan karikatur yang memperolehi skor penonjolan 5 markah, ia juga memperolehi skor penonjolan sebanyak 1, 2 dan 6 markah untuk iklan karikatur yang lain. (Jadual 6.9).

Strategi Pengiklan

BN telah mengatur satu strategi yang tersusun untuk menjual ideanya melalui jenis iklan karikatur yang sungguh kreatif.

Jadual 6.9 Jenis Akhbar dengan Skor Penonjolan

Markah	BH	UM	NST	STAR	NYSP	SCJP	Jumlah
Markah 1	0	0	0	0	8 (50.0)	8 (50.0)	16 (100)
Markah 2	0	0	0	0	6 (50.0)	6 (50.0)	12 (100)
Markah 3	0	0	0	0	0	0	0
Markah 4	0	0	0	0	0	0	0
Markah 5	9 (15.0)	8 (13.3)	8 (13.3)	7 (11.7)	15 (25.0)	13 (21.7)	60 (100)
Markah 6	0	0	0	0	1 (50.0)	1 (50.0)	2 (100)

Tema iklan-iklan tersebut adalah "Jangan memilih gandingan yang berbeza pendirian", "Jangan memilih persahabatan yang serba mengecewakan", "Jangan memilih persabahatan yang menggoncangkan kestabilan" dan "Undilah Barisan untuk keamanan, kestabilan dan kemakmuran Malaysia".

Tema "Undilah Barisan" telah diiklan sebanyak empat kali. BN telah mengatur strategi bagi "menidakkan" sokongan pakatan pembangkang dan diikuti dengan rayuan untuk mendapatkan sokongan daripada pengundi dalam halaman yang seterusnya. Susunan sedemikian seakan-akan memberitahu bahawa APU-GAGASAN tidak menjamin "keamanan, kestabilan, dan kemakmuran" sebaliknya Barisan Nasional adalah parti yang paling ideal untuk dijadikan pilihan mereka.

MCA juga telah menyusun satu program pengiklanan untuk karikaturnya. Kesemua unsur iklan karikaturnya bersifat memupuk perasaan harmoni. Enam jenis iklan telah disiarkan pada 14 hingga 20 Oktober 1990. Temanya adalah seperti "menghadapi cabaran", "merancang dasar", "keamanan", "keharmonian", "tidak menghina" dan "jangan memperjudikan masa depan".

Untuk tahap pertama, MCA telah mengiklankan karikatur yang bertemakan "menghadapi cabaran" dalam dua halaman penuh. Iklan seterusnya disiarkan dalam satu halaman penuh. Iklan yang terakhir (disiarkan pada 20 Oktober 1990) telah menghimpunkan kesemua lukisan sebelum itu dalam satu halaman. Iklan itu merayu sokongan pengundi dengan berbunyi: "Jangan memperjudikan masa depan! Berikan sokongan penuh kepada Barisan Nasional: Untuk menjamin kestabilan politik dan kemakmuran ekonomi!" (terjemahan). Semua lukisan karikatur tajaan MCA adalah berdasarkan budaya Cina.

Walaupun hanya satu lukisan karikatur sahaja ditaja oleh Gagasan Rakyat, ia tetap menampakkan mesej yang ingin disampaikan oleh pakatan DAP-S46-PRM-IPF. Lukisan karikatur Gagasan Rakyat juga seperti lukisan karikatur MCA yang lebih berdasarkan budaya etnik Cina di Malaysia. Iklan tunggal Gagasan Rakyat hanya diiklankan di akhbar bahasa Cina pada 20 Oktober 1990.

Tema karikatur adalah "Kami mahu buka dua buah kedai runcit" dengan membawa mesej "Mengapakah tauke menyambut pelanggan dengan senyuman manis? Ia adalah bertujuan

mendapatkan sokongan mereka. Dua buah kedai runcit baru ibarat persaingan antara dua pihak, dengan itu rakyat perlu membuat pilihan untuk mendapatkan layanan yang lebih baik" (terjemahan).

Iklan karikatur tajaan "Rakyat Selangor" memang membawa unsur yang "menakutkan". Dua buah lukisan karikaturnya yang bertema "Musang berbulu ayam" dan "Sokong membawa rebah" seakan-akan memberitahu bahawa pembangkang tidak boleh dipercayai dan sokongan yang diberikan kepada mereka akan mengakibatkan ketidakstabilan dalam negara.

Tarikh dan jenis akhbar untuk mengiklankan lukisan simbolik itu tidak berapa teratur. Seperti yang telah dinyatakan iklan-iklan itu hanya disiarkan dalam kedua-dua akhbar bahasa Melayu, *New Straits Times* dan *Nanyang Siang Pau* sahaja.

Kesimpulan

Iklan karikatur politik lebih banyak ditaja di dalam akhbar bahasa Cina kalau dibandingkan dengan akhbar bahasa Melayu dan Inggeris. Hal ini berkemungkinan kerana pihak penaja Cina (MCA dan Gagasan Rakyat) menjangka etnik Cina lebih berminat dan mudah menerima iklan karikatur tersebut.

Hasil kajian menunjukkan BN dan MCA paling kerap menggunakan iklan karikatur dalam media cetak sebagai saluran komunikasi berbanding dengan parti yang lain. BN menggunakan kesemua jenis media cetak yang disediakan untuk menghidangkan lukisan simbolik itu. MCA lebih menumpukan kepada akhbar bahasa Cina sahaja. Ini mungkin disebabkan MCA merupakan sebuah parti politik yang dianggotai oleh etnik Cina maka MCA memikirkan bahawa penggunaan saluran media dari bahasa etnik yang sama adalah lebih sesuai.

Iklan karikatur politik dari MCA dan BN adalah lebih menyeluruh dengan memohon sokongan daripada rakyat tetapi pada masa yang sama menyeru mereka menolak pakatan pembangkang yang tidak menjaminkan masa depan negara.

Harus disebutkan bahawa "Rakyat Selangor" telah menggunakan *Berita Harian*, *Utusan Malaysia*, *New Straits Times* dan *Nanyang Siang Pau* untuk menyiarkan iklan karikaturnya. Kesemua lukisan dalam iklan bertujuan agar sokongan diberikan

kepada parti pemerintah (lebih khusus lagi kepada pemerintahan antara lain Dato' Seri Dr. Mahathir Mohamad dan Tan Sri Muhammad bin Mohd. Taib).

Kertas ini telah menghuraikan penggunaan karikatur dalam akhbar harian kebangsaan secara kualitatif dan kuantitatif seperti dinyatakan di atas. Huraian tersebut telah menerangkan keadaan politik tanah air ketika pilihan raya umum kelapan dijalankan.

Bab VII

PENEMUAN

Pengenalan

Bab ini akan membincangkan penemuan tentang agenda media dan agenda publik dalam kempen pilihan raya umum 1990. Dua bentuk kaedah digunakan untuk mendapatkan maklumat bagi memenuhi tujuan penyelidikan. Kaedah pertama ialah analisis kandungan iaitu satu kaedah yang bertujuan memperolehi data tentang isù yang dilaporkan oleh akhbar nasional di Semenanjung Malaysia. Kaedah kedua ialah tinjauan (*survey*) yang diadakan selepas pilihan raya umum. Penentuan agenda sebagai satu landasan kajian membolehkan pengkaji meneliti pertalian yang wujud di antara agenda media dengan agenda publik.

Agenda Media

Akhbar-akhbar nasional banyak menyiarkan berita tentang pilihan raya umum 1990. Ini bukanlah sesuatu yang menghairankan kerana isu pilihan raya umum begitu sengit pertandingannya. Bab III sendiri telah mengemukakan sebanyak 5078 item berita yang disiarkan oleh lapan buah akhbar sepanjang pilihan raya umum diadakan.

Kajian mendapati bahawa tekanan yang diberikan kepada isu adalah berbeza mengikut bahasa akhbar. Akhbar bahasa Melayu menonjolkan isu yang berlainan daripada isu yang dimainkan oleh akhbar-akhbar Inggeris, Cina atau Tamil. Jenis dan tekanan berita akan disentuh secara terperinci pada akhir bab ini. Kajian ini mengemukakan secara deskriptif beberapa

isu yang dibangkitkan dalam akhbar sepanjang pilihan raya umum sebelum mengemukakan penemuan secara empirikal. Beberapa isu memang menonjol dalam pilihan raya umum ketika itu akibat dari kesediaan akhbar untuk mengemukakan berita yang pada anggapan mereka menarik untuk bacaan.

Satu isu yang telah mendapat liputan berita yang meluas oleh akhbar sebelum tarikh pilihan raya umum diumumkan ialah isu tentang pita rakaman. Presiden Barisan Nasional (BN), Dr. Mahathir bin Mohamad telah menyebut bahawa UMNO memiliki sebuah pita yang telah merakamkan kenyataan Tengku Razaleigh dalam satu mesyuarat parti bahawa Semangat 46 akan menghapuskan PAS apabila Semangat 46 berkuasa nanti. Kenyataan Dr. Mahathir itu telah disiarkan secara meluas oleh akhbar dan telah dijadikan isu yang besar mulai 22 September 1990.

Berita ini menggemparkan penyokong PAS kerana jika berita itu benar, ia menunjukkan bahawa Tengku Razaleigh atau Semangat 46 sebagai seorang pemimpin atau sebuah parti yang tidak boleh dipercayai. Berita tersebut juga membayangkan bahawa ada di kalangan ahli Semangat 46 yang rapat dengan Tengku Razaleigh telah membocorkan rahsia kerana berjaya merakamkan perbincangan dalam satu mesyuarat yang penting. Berita itu menjadi hangat kerana mendapat komen dan ulasan daripada pemimpin UMNO dan juga daripada PAS dan Semangat 46 sendiri.

Isu itu telah menimbulkan banyak reaksi. Kenyataan demi kenyataan telah dilaporkan daripada pemimpin UMNO, S46, dan PAS tentang isu tersebut tetapi PAS dan Semangat 46 telah mempersoalkan kewujudan pita rakaman berkenaan. Dalam satu liputan, *Berita Harian* (25 September 1990) menyebut Timbalan Presiden UMNO, Encik Ghafar Baba sebagai berkata bahawa pita rakaman Tengku Razaleigh akan diedar ke semua cawangan UMNO. Mereka yang berminat akan dapat mendengar pita tersebut. Pada 28 September pita rakaman itu tidak lagi menjadi isu hangat kerana isu yang lain telah muncul.

Isu kedua yang dibangkitkan dalam akhbar harian, terutamanya dalam akhbar Cina ialah tentang rancangan DAP untuk menawan Pulau Pinang dengan menggunakan slogan "Tanjung 11". Rancangan DAP ini merupakan ulangan hasrat yang telah dibuat oleh mereka dalam pilihan raya umum 1986 iaitu untuk

menguasai Pulau Pinang. Ucapan demi ucapan telah dibuat oleh Lim Kit Siang, Setiausaha DAP dan pimpinan DAP yang lain tentang tujuan parti untuk mengambil alih teraju kerajaan pulau tersebut. Pemimpin BN, terutamanya dari Gerakan, termasuk juga Ketua Menteri Pulau Pinang Dr. Lim Chong Eu yang menyatakan keazaman mereka untuk mempertahankan Kerajaan BN di Pulau Pinang.

DAP telah menggunakan perkataan "*change*" (tukar) sebagai kenyataan peperangan untuk merampas kuasa dari Barisan Nasional. Di merata-rata tempat, seperti yang dilaporkan oleh akhbar, DAP menyatakan ia memerlukan tambahan sebanyak 500 undi lagi daripada apa yang diperolehinya dalam tahun 1986 untuk memenangi kerusi yang cukup bagi menubuhkan kerajaan baru di pulau tersebut. DAP berharap untuk mendapatkan sekurang-kurangnya lapan kerusi lebih daripada 10 buah kerusi yang dimenanginya pada tahun 1986. Keyakinan DAP ini adalah berdasarkan tambahan 500 undi sahaja dalam lapan kerusi yang dibayangkan itu. DAP mengharapkan undi tambahan ini akan diperolehi melalui penyokong Semangat 46 dan PRM. DAP juga menggunakan poster Tunku Abdul Rahman, penasihat Semangat 46 dan bekas Perdana Menteri, untuk mendapatkan sokongan daripada pengundi di Pulau Pinang.

Selari dengan isu Tanjung 11, pertandingan di antara Lim Kit Siang dan Dr. Lim Chong Eu untuk merebut kerusi dewan undangan negeri Padang Kota juga diberikan liputan yang luas oleh akhbar-akhbar, terutamanya akhbar dalam bahasa Cina. Pertandingan ini hebat kerana kedua-dua pemimpin disanjung tinggi oleh masyarakat Cina, tetapi akhirnya hanya seorang sahaja akan berjaya menjadi wakil ADUN. Jika Lim Kit Siang tewas maka masyarakat Cina akan kehilangan seorang pemimpin pada peringkat kebangsaan, tetapi jika sekiranya Dr. Lim Chong Eu dikalahkan, maka masyarakat Cina di Pulau Pinang akan kehilangan seorang tokoh untuk terus menjadi Ketua Menteri. Untuk mengatasi dilema ini, DAP telah mengeluarkan kenyataan bahawa jika sekiranya DAP berjaya menubuhkan kerajaan di Pulau Pinang, maka parti tersebut akan mencadangkan Dr. Lim Chong Eu dilantik sebagai Yang Di-Pertua Negeri Pulau Pinang. Akhbar-akhbar menyifatkan pertandingan di antara Dr. Lim Chong Eu dan Lim Kit Siang sebagai peperangan antara dua Lim. Kwong Wah Yit Poh telah berkata per-

tandingan di Padang Kota adalah sebagai "pertandingan antara hidup dan mati".

Isu ketiga ialah tentang kenyataan beberapa pemimpin tentang perlunya kestabilan politik dipelihara supaya negara akan terus mendapat faedah pembangunan. Beberapa berita menyebut pemimpin BN sebagai berkata bahawa negara membangun kerana terdapatnya kestabilan politik di bawah kerajaan BN. Dr. Yusoff Nor, ketika itu Menteri di Jabatan Perdana Menteri, ketika berucap di skim Felda, Besut, Terengganu pada 7 Oktober 1991 berkata, apabila terdapat kestabilan politik maka setiap permintaan rakyat untuk pembangunan dapat dipertimbangkan oleh pihak kerajaan.

Isu kestabilan juga dibangkitkan oleh pemimpin dalam komponen Barisan Nasional. Dr. Lim Chong Eu menyatakan DAP, S46, Hamim, Berjasa dan PAS tidak dapat bekerjasama, malahan tidak dapat mengadakan satu sidang akhbar dalam satu masa (NST 10 Oktober 1991).

Menurut beliau, perkara ini akan mengancam kestabilan negara jika mereka menubuhkan kerajaan kerana mereka tidak dapat bekerjasama sesama sendiri. Akhbar juga memetik ucapan pemimpin APU dan Semangat 46 sebagai menafikan dakwaan pemimpin Barisan Nasional tetapi liputan yang diberikan oleh akhbar terhadap kenyataan oleh parti lawan BN ini adalah kecil sahaja.

Isu keempat ialah keperluan bagi mengadakan hubungan yang baik di antara kerajaan negeri dan kerajaan pusat demi kebaikan kedua belah pihak. Semua akhbar yang dikaji sentiasa menonjolkan mustahaknya dikekalkan perhubungan antara dua kerajaan ini. Misalnya akhbar *Utusan Malaysia*, pada 6 Oktober, memetik ucapan Menteri Besar Terengganu, Tan Sri Wan Mokhtar Ahmad yang menyatakan banyak pembangunan di Terengganu dicapai hasil kerjasama di antara kerajaan negeri dengan kerajaan pusat. Implikasi kenyataan ini ialah jika kerajaan pusat dan kerajaan negeri daripada parti yang sama maka barulah terdapat pembangunan untuk faedah rakyat jelata.

Isu kelima menonjolkan kesukaran yang dialami oleh parti pembangkang dalam pelbagai aspek. Aspek pertama ialah dari segi mengadakan kerjasama di antara APU dan GAGASAN, khususnya di antara DAP dan PAS. Akhbar-akhbar harian menye-

susnya di antara DAP dan PAS. Akhbar-akhbar harian menyebut Presiden BN sebagai berkata pakatan parti pembangkang adalah seperti cacamerba. Akhbar *Star* (10 Oktober 1990) menyebut Presiden MCA sebagai berkata parti pembangkang akan membawa keadaan yang kurang stabil jika mereka memerintah nanti. Pemimpin dari Semangat 46 dan PAS cuba mempertahankan kerjasama di antara kedua parti tersebut tetapi ini diberikan sebagai ulasan kepada tuduhan dari pemimpin Barisan Nasional.

Sebelum itu beberapa akhbar telah menyiarkan berita tentang sidang akhbar yang diadakan di kediaman Tengku Razaleigh untuk mengumumkan pakatan di antara S46, DAP, PRM dan All-Malaysian India Congress. Akhbar-akhbar seperti *WATAN* juga menyiarkan usaha S46 bekerjasama dengan PAS, Berjasa dan Hamim dalam pakatan Angkatan Perpaduan Ummah.

Isu keenam ialah penarikan Parti Bersatu Sabah daripada menjadi anggota BN. Pengumuman untuk keluar dari BN telah dibuat oleh Presiden PBS, Datuk Joseph Pairin Kitingan pada 15 Oktober 1990.

Ini menggemparkan kesemua pemimpin parti politik, terutamanya dari Barisan Nasional yang sama sekali tidak menduga bahawa PBS akan menarik diri daripada menjadi ahli BN. Pengumuman PBS ini telah diberikan liputan meluas dalam semua akhbar. Selain daripada itu, ulasan daripada pemimpin BN terhadap tindakan PBS itu juga disiarkan secara meluas. Penarikan PBS dari BN dilaporkan sebagai satu "penikaman dari belakang" oleh Presiden Barisan Nasional, Dr. Mahathir bin Mohamad, tetapi dialu-alukan oleh Presiden Semangat 46, Tengku Razaleigh Hamzah dan Setiausaha Agong DAP, Lim Kit Siang kerana PBS telah menunjukkan tanda-tanda akan bekerjasama dengan Gagasan Rakyat. Implikasi penarikan diri oleh PBS bermakna Barisan Nasional telah kehilangan kerusi parlimen yang ditandingi oleh PBS di Sabah.

Isu ketujuh ialah tentang pemakaian tengkolok yang kononnya melambangkan salib oleh Tengku Razaleigh ketika beliau bersama dengan Presiden PBS, Datuk Joseph Pairin Kitingan di Kota Kinabalu pada 18 Oktober 1990. Gambar Tengku Razaleigh disiarkan secara meluas dalam akhbar-akhbar bahasa Melayu. *Utusan Malaysia* dan *Berita Harian* menyiarkan

dalam keluarannya bertarikh 19 dan 20 Oktober 1990.

Penarikan diri oleh PBS dan pemakaian tengkolok bersalib oleh Tengku Razaleigh telah dikaitkan dengan *survival* orang Melayu, iaitu satu isu yang diberikan liputan oleh akhbar bahasa Malaysia pada 19 dan 20 Oktober 1990. Dr. Mahathir juga menolak peranan Sabah untuk menjadi penentu kuasa (*King Maker*) dalam arena politik negara. Ketua Menteri Pulau Pinang, Dr. Lim Chong Eu dilaporkan sebagai berkata bahawa tindakan PBS itu adalah tidak wajar (BH, 18 Oktober, 1990).

Isu pembangunan juga dilaporkan oleh akhbar. Liputan secara meluas menyebut bahawa sejak negara mencapai kemerdekaan di bawah Perikatan dan kemudiannya di bawah Barisan Nasional banyak sekali pembangunan telah diberikan kepada rakyat.

Isu kesembilan ialah tentang kepimpinan dalam MIC, iaitu tentang sengketa di antara kumpulan Dato' S. Subramaniam dengan kumpulan Dato' Samy Vellu. Dato' S. Subramaniam dan Dato' K. Pathmanaban tidak dipilih sebagai calon untuk bertanding dalam kawasan parlimen. Perkara ini mencetuskan reaksi yang hangat daripada penyokong kedua-dua pemimpin yang digugurkan itu. Mereka menentang tindakan Dato' Samy Vellu itu.

Terdapat juga isu-isu lain, tetapi ia dianggap sebagai kecil jika dibandingkan dengan sembilan isu yang disebutkan di atas. Isu-isu seperti dasar luar negeri dan kebebasan akhbar tidak diberikan liputan yang meluas.

Agenda Publik

Kajian juga bertanyakan responden apakah dua perkara yang difikirkan penting oleh mereka tetapi tidak diberikan liputan yang sewajarnya oleh media massa. Dalam kajian yang sama, responden juga diminta menyatakan apakah isu yang mereka fikirkan penting berlaku dalam pilihan raya umum.

Selain daripada itu para responden juga ditanya apakah isu yang mereka fikirkan tidak diberikan liputan yang sewajarnya oleh media massa. Soalan ini adalah berbentuk soalan terbuka dan kajian telah berjaya mengumpul sebanyak 86 isu, tetapi banyak sekali jawapan yang diberikan itu tidak menda-

tetapi banyak sekali jawapan yang diberikan itu tidak mendapat frekuensi yang tinggi. Untuk mendapatkan jawapan yang lebih tersusun, kajian telah membahagikan jawapan kepada 21 kategori.

Jawapan yang mempunyai kurang daripada 1% telah digolongkan sebagai hal-hal lain dan adakalanya dianggapkan sebagai kes hilang. Contoh yang dapat diberikan ialah "rasuah", "pengaruh orang tua", atau "calon paling tadah". Ada juga jawapan yang perlu dimasukkan ke dalam kategori yang lebih besar seperti "permusuhan antara kaum" dan "syak wasangka antara kaum" yang dimasukkan ke dalam satu kategori iaitu isu perkauman.

Untuk tujuan huraian, hanya isu yang melebihi 1% sahaja yang akan dikemukakan. Jadual 7.1 menunjukkan bahawa 12 kategori besar diwujudkan. Bagi jawapan dari semua responden, isu negatif tentang BN adalah yang paling banyak disebut iaitu sebanyak 12%, diikuti dengan perpaduan kaum/agama sebanyak 12%, PBS keluar daripada BN 9% dan parti pembangkang sebagai kerajaan alternatif, 8%.

Jadual 7.1 juga memuatkan jawapan yang diberikan mengikut bangsa. Didapati bahawa ada isu yang difikirkan lebih menonjol oleh sesuatu bangsa yang tidak difikirkan begitu oleh bangsa lain.

Isu am dan politik am adalah dua kategori yang dianggap sebagai perkara yang amat umum. Pelbagai item telah dimasukkan ke dalam kedua-dua kategori ini dan pada hemat kajian ia tidak memberikan pengertian yang membawa satu pendirian yang kuat. Contoh yang dapat diberikan untuk kategori isu am adalah "masalah tol", "rakyat matang" dan dalam kategori politik am seperti "pengundi tukar alamat", "pengundi import" dan "penipuan politik".

Mengikut Jadual 7.1, isu yang tidak diberikan liputan yang sewajarnya oleh media massa adalah berita negatif tentang BN (13%) dan perpecahan kaum/agama (12%). Berita tentang parti pembangkang sebagai kerajaan alternatif (10%) dan 10% menyebut berita "PBS keluar dari BN". Perkara berikutnya ialah berita negatif tentang BN (9%).

Jadual 7.1 juga menunjukkan jawapan yang telah diberikan oleh responden India. Jumlah yang menyebut berita yang tidak diberikan liputan yang sewajarnya ialah berita tentang perkara

Jadual 7.1 Isu yang Tidak Diberikan Liputan Sewajarnya oleh Media Massa - Semua Responden dan mengikut Bangsa (dalam Peratusan)

	Semua	Melayu	Cina	India
Salah Guna Kuasa BN	12.0	13.3	9.3	12.3
Perpecahan Kaum/Agama	11.7	12.5	11.1	7.0
Politik Am	10.6	10.8	11.3	8.8
Isu Am	9.6	9.4	11.3	7.0
PBS Keluar BN	8.8	7.5	19.7	10.5
APU/GAGASAN sebagai Kerajaan Alternatif	8.5	8.2	10.1	10.5
BN diancam	7.8	7.7	7.4	10.5
Kepimpinan Dr. Mahathir	4.8	6.5	2.7	3.5
Tengkolok Tengku Razaleigh	4.1	5.3	2.7	0.0
Isu Pendidikan	3.3	2.4	5.8	0.0
Masalah Dalaman BN	2.7	1.9	2.3	10.5
Ketokohan Calon	3.2	1.9	4.7	5.3

pada BN", "Parti Pembangkang sebagai Parti Alternatif Kerajaan", "BN diancam" dan "berita tentang isu dalaman BN" (sebanyak 10%). Kategori tentang "perpecahan kaum/agama" disebut oleh 7% responden India.

Kajian telah juga meninjau jawapan yang diberikan mengikut negeri. Oleh kerana hanya empat buah negeri menjadi kontroversial di dalam pilihan raya umum, maka Jadual 7.2 memberikan data yang diperolehi dari negeri Kelantan, Terengganu, Pulau Pinang dan Sabah. Mengikut Jadual 7.2 isu yang perlu diberikan perhatian oleh media massa adalah berbeza mengikut negeri.

Mengikut Jadual 7.2, responden di Kelantan memikirkan

bahawa isu tentang APU telah tidak diberikan liputan yang sewajarnya, dan ini diikuti dengan pandangan mereka tentang liputan yang negatif tentang BN. Kategori tentang BN diancam dan liputan tentang kepimpinan Dr. Mahathir disebut oleh 6% responden di Kelantan.

Bagi responden di Terengganu, perpecahan agama paling kerap disebut (20.6%), dan ini diikuti dengan berita tentang kepimpinan Dr. Mahathir (16.2%). Berita negatif mengenai BN disebutkan oleh 11.8% responden di Terengganu. Isu pema-

Jadual 7.2 Isu yang Tidak Diberikan Liputan Sewajarnya oleh Media Massa mengikut Negeri Kelantan, Terengganu, Pulau Pinang dan Sabah (dalam Peratusan)

	Kelantan (N = 142)	**Terengganu (N = 92)**	**P. Pinang (N = 84)**	**Sabah (N = 48)**
Salah Guna Kuasa BN	17.6	11.8	16.4	-
Perpecahan Kaum/Agama	6.5	20.6	5.5	39.4
Politik Am	11.1	11.8	9.1	9.1
Isu Am	13.0	7.4	3.6	9.1
PBS keluar BN	3.7	4.4	20.0	6.1
Parti Pembangkang sebagai Kerajaan Alt.	20.4	2.9	7.3	3.0
BN diancam	7.4	4.4	7.3	9.1
Kepimpinan Mahathir	6.5	16.2	1.6	-
Tengkolok Tg. Razaleigh	1.9	7.4	7.3	-
Isu Pendidikan	-	7.4	1.8	9.1
Masalah Dalaman BN	-	2.9	3.6	-
Ketokohan Calon	-	-	9.1	-
Isu Pembangunan	4.8	1.5	3.6	-

kaian tengkolok oleh Tengku Razaleigh dan isu pendidikan disebut sebanyak 7.4% oleh responden.

Apabila perbandingan dibuat dengan responden di Pulau Pinang kajian mendapati berita yang difikirkan tidak diberikan liputan yang sewajarnya oleh media massa ialah pengunduran PBS dari BN iaitu sebanyak 20%. Berita negatif tentang BN disebut oleh sebanyak 16.4% responden. Berita lain ialah tentang-parti pembangkang (khususnya GAGASAN), BN diancam, dan Tengku Razaleigh dengan peristiwa tengkolok bersalib (7.3%).

Responden di Sabah pula memikirkan bahawa perpecahan kaum dan agama tidak diberikan liputan yang sewajarnya. Sebanyak 39.4% responden menyatakan kategori ini harus diberikan liputan. Isu kedua dan ketiga ialah ancaman yang dibuat terhadap BN dan persoalan pendidikan.

Kesimpulan daripada Jadual 7.1 dan 7.2 ialah terdapat isu yang terkandung dalam media massa tetapi diberikan liputan yang tidak sewajarnya untuk pembaca. Walau bagaimanapun isu tersebut adalah berbeza mengikut bangsa dan negeri. Bagi pembaca Melayu mereka memerlukan berita yang tidak hanya memberikan gambaran yang baik sahaja tentang BN tetapi juga yang "kritikal". Bagi orang Cina pula, isu tentang perpecahan kaum dan agama serta berita negatif tentang Barisan Nasional dianggap telah tidak diberikan liputan yang sewajarnya oleh media massa. Responden India juga sependapat dengan responden Melayu dan Cina untuk menyatakan bahawa media massa tidak menyiarkan berita perkara-perkara yang negatif tentang BN. Selain itu responden India juga menyatakan bahawa isu PBS keluar dari BN, isu BN diancam dan isu tentang parti pembangkang telah tidak diberikan liputan yang sewajarnya.

Apabila ditinjau dari segi negeri pula, 20% responden di Kelantan berkata isu tentang APU tidak diberikan liputan yang sewajarnya oleh media massa. Bagi responden di Terengganu isu yang paling kerap disebut ialah tentang perpecahan kaum/agama yang mungkin berlaku sebagai satu kempen dalam pilihan raya. Kekerapan kedua-dua yang disebutkan oleh responden ialah akhbar harus menyiarkan berita yang lebih tentang kepimpinan Dr. Mahathir Mohamad.

Responden di Pulau Pinang menyatakan isu PBS keluar dari BN tidak mendapat liputan yang sewajarnya oleh media

massa. Mereka juga menyebut kekurangan berita tentang perkara-perkara yang negatif tentang Barisan Nasional. Bagi responden di negeri Sabah, isu perpecahan kaum dan agama telah tidak diberikan liputan yang sewajarnya oleh media massa iaitu sebanyak 39.4%.

Agenda di Kalangan Publik

Kajian telah bertanyakan responden tentang pandangan mereka tentang perkara yang diberikan perhatian sewaktu kempen pilihan raya umum. Para responden telah diminta menyatakan dua perkara, mengikut keutamaan. Soalan yang dikemukakan berbentuk soalan terbuka. Ini memberikan kebebasan terhadap responden untuk memberikan sebarang jawapan yang sesuai.

Kajian mendapati terdapat beberapa perkara yang menjadi perhatian responden ketika kempen pilihan raya umum. Kajian mengkategorikan kesemua jawapan bagi 11 kategori, satu kategori dijadikan kategori am untuk memasukkan jawapan yang tidak dapat disenaraikan dalam 11 jawapan yang diberikan oleh responden. Kategori am ini mengandungi pelbagai jawapan tetapi kurang disebut.

Jadual 7.3 menunjukkan bahawa perkara yang diberikan perhatian serius ialah yang berkaitan dengan kritikan terhadap Barisan Nasional, termasuk tuduhan skandal dan konflik yang dikatakan berlaku dalam BN. Sebanyak 23% daripada seluruh responden memberikan perhatian tentang perkara ini. Selain dari politik am, cabaran parti pembangkang terhadap kedudukan BN juga diberikan perhatian oleh sebanyak 11.2% daripada responden. Manakala 8.3% memberikan perhatian terhadap isu ancaman terhadap BN. Jika dimasukkan semua isu yang berkaitan dengan kedudukan BN maka kategori tentang Barisan Nasional meningkat menjadi 46% (Lihat Jadual 7.3).

Kajian juga telah menyenaraikan jawapan responden mengikut bangsa dengan tujuan mengetahui sama ada terdapat perbezaan jawapan dari segi kaum. Jadual 7.3 menunjukkan bahawa bangsa Melayu memberikan perhatian utama kepada isu yang melibatkan kritikan kepada BN manakala sebanyak 21% memberikan perhatian terhadap isu tentang skandal

Jadual 7.3 Perhatian Terhadap Isu yang diberikan mengikut Bangsa (dalam Peratusan)

	Semua	Melayu	Cina	India
Salah Guna Kuasa oleh BN	23.0	21.2	24.6	28.0
Politik Am	14.5	13.0	16.4	16.0
Pembangkang Cabar BN	11.2	12.6	9.6	6.7
BN diancam	8.3	9.1	7.3	8.0
Parti Pembangkang	6.0	5.8	7.3	2.7
Parti BN	5.5	5.8	4.7	9.3
Isu Am	4.0	3.9	4.4	4.0
Perpecahan Kaum/Agama	4.5	4.8	4.7	4.0
Ketokohan Calon	4.2	3.0	5.6	6.7
Tengkolok Tg. Razaleigh	3.7	5.2	1.8	1.3
PBS Keluar BN	1.0	-	1.2	1.3

pemimpin Barisan Nasional.

Kategori berikutnya yang paling kerap disebut oleh responden Melayu ialah tentang parti pembangkang yang mencabar kedudukan BN (13%) dan kedudukan Barisan Nasional yang diancam (9%) sewaktu kempen pilihan raya umum. Perhatian tentang BN sebagai satu parti politik dan parti pembangkang yang juga merupakan parti politik turut diberikan oleh responden Melayu.

Responden Cina dan India menyatakan isu yang utama bagi mereka ialah kritikan terhadap Barisan Nasional. Mereka memikirkan isu seperti kecurangan dalam Barisan Nasional adalah isu yang banyak diberikan perhatian. Bagi responden Melayu, Cina dan India, perhatian mereka masih tertumpu kepada kritikan-kritikan, termasuk skandal yang dilemparkan kepada BN. Bagi responden Cina, perhatian majoriti tertumpu ke atas perkara yang kritikal terhadap BN, termasuk skandal yang menimpa BN. Perhatian kedua yang mendapat tumpuan responden Cina ialah kedudukan parti pembangkang yang mencabar BN (9.6%). Ini diikuti dengan isu tentang BN diancam dan isu BN sebagai sebuah parti.

Responden India menganggap ketokohan calon yang bertanding dalam BN menjadi isu sewaktu pilihan raya umum. Kemungkinan perkara ini berkaitan isu dalam MIC kerana MIC

tidak meletakkan Dato' S. Subramaniam dan Dato' K. Pathmanaban sebagai calon untuk bertanding dalam kawasan parlimen.

Isu Mengikut Negeri

Kajian juga telah mendapat jawapan tentang isu berasaskan negeri. Sebanyak empat negeri dipilih iaitu negeri-negeri Kelantan, Terengganu, Pulau Pinang dan Sabah. Jadual 7.4 menunjukkan bahawa isu yang mendapat perhatian bagi setiap negeri adalah berbeza. Misalnya, isu tentang BN yang diberikan tumpuan kritikal, termasuk isu skandal BN, telah diberikan perhatian yang tinggi di Kelantan. Sebanyak 20.3% responden di Kelantan memperkatakan tentang isu tersebut. Isu kedua yang mendapat perhatian penduduk Kelantan ialah ancaman yang dialami oleh BN (13%), dan ini diikuti dengan politik am (12.2%), pembangkang sebagai sebuah parti (9.8%) dan peristiwa Tengku Razaleigh memakai tengkolok bersalib (8.1%).

Jadual 7.4 menunjukkan perbezaan dari segi perhatian yang diberikan oleh responden dalam setiap negeri yang dikaji. Bagi responden di Kelantan perhatian mereka adalah terhadap isu yang kritikal terhadap BN termasuk skandal dalam parti tersebut. Isu yang kedua ialah ancaman terhadap BN (13%), dan perhatian yang diberikan terhadap BN sebagai sebuah parti politik. Perhatian juga diberikan kepada peristiwa Tengku Razaleigh memakai tengkolok yang kononnya ada tanda salib (8.1%).

Responden Terengganu juga memberikan perhatian terhadap isu yang kritikal terhadap BN (17.7%). Isu kedua yang mendapat perhatian di Terengganu ialah peristiwa Tengku Razaleigh memakai tengkolok di Sabah (12.7%), iaitu satu isu yang menarik perhatian. Isu ketiga ialah keadaan parti pembangkang iaitu APU mencabar BN.

Bagi responden di Pulau Pinang, perhatian banyak tertumpu terhadap isu yang kritikal terhadap BN, termasuk skandal yang ada kaitan dengan BN (30.3%), parti pembangkang, khususnya GAGASAN, mencabar BN mendapat perhatian sebanyak 9.2%, dan ini diikuti dengan ancaman terhadap BN (6.6%).

Jadual 7.4 Agenda Publik di Negeri-negeri Kelantan, Terengganu, Pulau Pinang dan Sabah (dalam Peratusan)

	Kelantan	Terengganu	P. Pinang	Sabah
Salah Guna Kuasa oleh BN	20.3	17.7	30.3	51.1
Politik Am	12.2	12.7	26.3	4.3
Pembangkang Ancam BN	7.3	11.4	9.2	4.3
BN diancam	13.0	2.5	6.6	5.1
Pembangkang sebagai Sebuah Parti	9.8	6.3	2.6	2.1
BN sebagai Parti	2.4	2.5	5.3	12.8
Isu Am	4.9	3.8	1.3	-
Perpecahan Kaum/Agama	4.1	6.3	2.6	6.4
Ketokohan Calon	2.4	5.1	-	4.3
Tengkolok Tg. Razaleigh	8.1	12.7	1.3	-
PBS Keluar BN	-	1.3	1.3	2.1

Di Sabah isu yang kritikal, termasuk isu skandal yang berkait dengan BN, mendapat perhatian hampir separuh daripada jawapan yang diterima. Isu yang menjadi perhatian kedua ialah isu-isu berkaitan dengan Barisan Nasional sebagai sebuah parti politik. Ini diikuti dengan isu tentang ancaman yang dihadapi oleh Barisan Nasional (5.1%).

Kaitan Agenda Media dengan Agenda Publik

Kajian juga telah mengaitkan agenda yang terdapat pada media dengan isu yang ada pada publik untuk mengetahui persamaan yang ada pada kedua agenda seperti yang menjadi pendekatan kajian. Kajian ini akan menggunakan *ranking* untuk mendapatkan persamaan di antara kedua agenda.

Sebanyak 20 isu telah didapati mempunyai persamaan di antara isu publik dan isu media. Isu publik diperoleh dengan mengadakan kajian selepas pilihan raya umum. Para responden ditanya tentang isu yang mereka fikirkan penting dalam pilihan raya umum 1990. Isu media pula diperolehi melalui analisis kandungan yang dibuat terhadap lapan buah akhbar. Isu yang didapati adalah seperti berikut:

(1) Masalah dalam Barisan Nasional
(2) Salah guna kuasa oleh Barisan Nasional
(3) Masalah kaum/agama
(4) Kepimpinan Mahathir
(5) Barisan Nasional sebagai parti politik
(6) Tengku Razaleigh dan tengkolok
(7) DAP sebagai sebuah parti politik
(8) APU dan Gagasan
(9) Perpaduan Melayu
(10) PBS keluar BN
(11) BN diancam pembangkang
(12) APU dan Gagasan ancaman BN
(13) Isu Pembangunan
(14) Organisasi lain (Polis, SPR)
(15) Politik Am
(16) Isu Sosial
(17) Isu Ekonomi
(18) Tokoh dan Calon
(19) Isu Pendidikan
(20) Isu Media Massa
(21) Pelbagai

Jadual 7.5 menunjukkan terdapat beberapa perbezaan dalam *ranking* yang diberikan di antara agenda publik dan agenda media pada keseluruhannya. Apabila dilakukan korelasi rho maka kajian mendapati bahawa korelasi ini adalah bermakna. Ini bererti isu yang diutamakan oleh publik adalah sama

Jadual 7.5 Korelasi Rho di antara Dua Isu*

AGENDA PUBLIK Agenda	*Ranking*	AGENDA MEDIA Agenda	*Ranking*
1	(1)	17	(1)
14	(2)	13	(2)
11	(3)	14	(3)
10	(4)	4	(4)
7	(5)	7	(5)
4	(6)	11	(6.5)
2	(7)	15	(6.5)
17	(8)	12	(9)
15	(9)	18	(9)
5	(10)	9	(9)
12	(11.5)	6	(11)
13	(11.5)	3	(12)
18	(13)	10	(13)
16	(14)	2	(14)
6	(15)	20	(15)
9	(16.5)	16	(16)
3	(16.5)	19	(17)
8	(18)	5	(18)
20	(20)	8	(19.5)
19	(20)	0	(19.5)
0	(20)	1	(21)

* Rho. 4403 bererti < 0.05

Jadual 7.6 Korelasi Spearman di antara Agenda Publik dan Agenda Media di Kalangan Responden Cina*

AGENDA PUBLIK Agenda	***Ranking***	**AGENDA MEDIA** Agenda	***Ranking***
1	(1)	17	(1)
14	(2)	13	(2)
11	(3)	14	(3)
7	(4.5)	4	(4)
10	(4.5)	7	(5)
17	(6)	6	(6)
4	(7.5)	15	(7)
2	(7.5)	18	(8)
15	(9)	11	(9)
12	(10)	12	(10)
6	(11.5)	9	(11)
18	(11.5)	10	(12)
13	(13)	3	(13)
5	(14)	20	(14)
9	(15)	19	(15)
16	(16.5)	2	(16)
8	(16.5)	16	(17)
3	(18)	1	(18)
20	(20)	0	(19)
19	(20)	8	(20.5)
0	(20)	5	(20.5)

* Rho = .4747 (< 0.05)

Jadual 7.7 Korelasi Spearman di antara Agenda Publik dengan Agenda Media di Kalangan Responden Melayu*

AGENDA PUBLIK Isu *Ranking*		**AGENDA MEDIA** Isu *Ranking*	
1	(1)	17	(1)
14	(2)	4	(2)
11	(3)	13	(3)
10	(4)	14	(4)
4	(5.5)	7	(5)
7	(5.5)	9	(6)
5	(7)	3	(7)
2	(8)	2	(8)
15	(9)	12	(9)
13	(10)	15	(10)
12	(11)	18	(11)
17	(12)	8	(12)
18	(13)	11	(13)
16	(14)	5	(14.5)
3	(15)	16	(14.5)
6	(16)	10	(16)
9	(17.5)	20	(17)
8	(17.5)	6	(18)
20	(20)	19	(19)
19	(20)	0	(20)
0	(20)	1	(21)

* Rho = .2626 (> 0.05)

Jadual 7.8 Korelasi Spearman di antara Agenda Publik dan Agenda Media di Kalangan Responden India*

AGENDA PUBLIK Isu	*Ranking*	**AGENDA MEDIA** Isu	*Ranking*
1	(1)	17	(1)
14	(2)	14	(2)
4	(3)	13	(3)
10	(4)	4	(4)
11	(5.5)	11	(5)
17	(5.5)	7	(6)
2	(8)	9	(7)
15	(8)	10	(8)
18	(8)	18	(9)
3	(11)	0	(10)
7	(11)	12	(11)
12	(11)	2	(12.5)
5	(14)	6	(12.5)
8	(14)	3	(14.5)
9	(14)	15	(14.5)
13	(16)	16	(16)
0	(19)	8	(17)
6	(19)	19	(18.5)
16	(19)	20	(18.5)
19	(19)	1	(20)
20	(19)	5	(21)

* Rho = .4104 (< 0.05)

dengan isu yang dibangkitkan oleh akhbar.

Kajian juga telah meneliti agenda bagi pendapat responden Cina dan isu yang dikemukakan oleh akhbar Cina. Merujuk kepada Jadual 7.6 kajian mendapati bahawa korelasi di antara agenda publik Cina dan agenda media Cina adalah bererti.

Kajian juga telah membandingkan *ranking* di antara agenda publik bagi responden Melayu dengan agenda media Melayu dan mendapati bahawa korelasi di antara kedua pemboleh ubah itu adalah tidak selari. Ini bererti isu yang diberikan keutamaan oleh publik Melayu adalah berbeza dengan isu yang diberikan keutamaan oleh media Melayu. (Lihat Jadual 7.7).

Penemuan bagi responden India pula berbeza dengan responden Melayu. Kajian mendapati bahawa korelasi Spearman di antara agenda publik India dan agenda media India adalah selari (lihat Jadual 7.8). Ini bererti terdapat persamaan dari segi keutamaan isu di kalangan responden India dengan isu yang dikemukakan oleh media India.

Dari Jadual 7.5 hingga Jadual 7.8 didapati bahawa terdapat pertalian di antara agenda publik dengan agenda media, kecuali bagi kes publik Melayu dengan akhbar bahasa Melayu.

Kesimpulan

Bab ini telah mengutarakan agenda yang dikemukakan oleh publik dengan tujuan mendapatkan pengertian sebelum sesuatu perbincangan dilakukan tentang penentuan agenda. Adalah didapati bahawa agenda publik berbeza bagi kaum Melayu, Cina dan India. Juga didapati bahawa agenda media juga berbeza bagi akhbar bahasa Inggeris, Melayu, Cina dan India. Apabila korelasi Spearman dilakukan bagi agenda publik Melayu, Cina dan India dengan akhbar bahasa Melayu, Cina dan India maka kajian ini mendapati terdapat korelasi yang selari bagi publik Cina dan India dengan akhbar bahasa Cina dan India tetapi tidak begitu bagi publik Melayu dengan agenda yang dikemukakan oleh akhbar bahasa Melayu.

Bab VIII

RUMUSAN DAN PERBINCANGAN

Bab ini akan membuat beberapa huraian tentang penggunaan penentuan agenda sebagai satu pendekatan dalam penyelidikan tentang pilihan raya umum 1990. Pendekatan penentuan agenda biasa digunakan dalam penyelidikan komunikasi politik di dalam masyarakat Barat tanpa disedari oleh para pengkaji bahawa pengenalannya dalam masyarakat heteregenon boleh menimbulkan beberapa masalah yang harus diberikan perhatian.

Pendekatan penentuan agenda belum lagi digunakan di Malaysia sebagai satu usaha untuk menghuraikan keputusan pilihan raya umum atau pilihan raya kecil. Malahan penganalisis politik di Malaysia mempunyai masa depan yang cerah untuk menulis dan menyelidik keadaan politik melalui kerangka teoritikal. Bagi penyelidik dalam bidang komunikasi, penentuan agenda merupakan satu pendekatan yang dapat digunakan dalam menganalisis politik di Malaysia, termasuk mengadakan analisis pilihan raya umum.

Pilihan raya umum dan pilihan raya kecil yang diadakan di Malaysia adalah satu projek yang besar bagi penyelidik untuk membuat kajian. Walau bagaimanapun adalah diakui bahawa setiap pilihan raya umum di Malaysia telah diselidik oleh para sarjana. Ratnam (1965) adalah antara sarjana yang awal mengkaji pilihan raya umum di Malaysia. Penulisan oleh Husin Mutalib (1990) dan Means (1991) menampakkan satu pendekatan yang cuba memberi pengertian sebenar tentang pergolakan dalam politik tanah air. Walau bagaimanapun, penyelidikan yang mengkaji peranan media dalam pilihan raya umum amat

kurang dilakukan (Syed Arabi Idid & Safar, 1993). Penyelidikan ini cuba menyumbangkan sesuatu kepada khazanah ilmu politik dan media yang sedia ada.

Pilihan raya umum 1990 adalah satu pertandingan yang hebat. Ketika pembubaran parlimen dibuat terdapat tiga buah barisan yang menyatakan kesediaan mereka untuk menubuhkan kerajaan baru. Barisan Nasional (BN), Angkatan Perpaduan Ummah (APU) dan Gagasan Rakyat (Gagasan), setiap satu (atau lebih tepat BN dan Gagasan/APU) menyatakan kesediaan menubuhkan kerajaan, tidak lagi seperti waktu-waktu yang lampau di mana DAP atau PAS lebih yakin untuk mengurangkan majoriti satu pertiga kerusi di parlimen yang ada pada pihak Barisan Nasional.

Barisan Nasional meletakkan calon dalam kesemua kerusi parlimen. Semangat 46, yang lebih yakin mendapat kerusi yang terbanyak di parlimen, mencalonkan 61 calon, DAP 57, PAS 30, PRM 3, Akar 4, Permas 9, dan PLUS 1. Dua kerusi parlimen dimenangi tanpa bertanding iaitu di Keningau dan di Lubuk Antu.

Bagi kerusi dewan undangan negeri, Barisan Nasional bertanding dalam kesemua kawasan (351), Semangat 46 bertanding dalam 146 kawasan, PAS 116, DAP 89. PRM 3 dan Berjasa 1. Seramai 7.9 juta pengundi berdaftar dengan Suruhanjaya Pilihan Raya.

Setiap menteri menerima tentangan, tetapi kali ini mereka ditentang secara satu lawan satu. Perdana Menteri, Dr. Mahathir Mohamad, selaku Pengerusi Barisan Nasional ditentang di Kubang Pasu oleh Presiden Hamim, Datuk Sudin Wahab, yang bertanding atas tiket Semangat 46. Untuk menjaga perpaduan parti, BN menamakan kesemua Menteri Besar dan Menteri kecuali Menteri Kebajikan Masyarakat, Dato' Mustaffa Mohammad, yang digugurkan. Pada keseluruhannya, Barisan Nasional tidak banyak menampilkan muka baru demi untuk menjaga perpaduan dalam parti.

Pertandingan amat sengit berlaku di Kelantan, Terengganu dan di Pulau Pinang. Di Kelantan dan Terengganu menampakkan usaha parti-parti Melayu seperti Semangat 46 dan PAS dalam gabungan APU yang cuba merampaskan kuasa dari Barisan Nasional. Di Pulau Pinang berlainan pula iramanya di mana DAP cuba mendapatkan kuasa dari terus kekal dalam tangan

Gerakan. DAP melalui slogannya "change" bekerjasama dengan Semangat 46 untuk menambahkan undi sebanyak 500 bagi membolehkan Pulau Pinang berpindah kuasa.

Keputusan pilihan raya umum 1990 adalah mengejutkan dari dua segi. Pertama, sebuah Kerajaan Negeri, iaitu Kelantan telah jatuh ke tangan pembangkang. Tiada sebuah kerusi pun, sama ada di peringkat parlimen atau negeri yang dimenangi oleh calon Barisan Nasional. Kedua, kekuatan pembangkang, melalui perpaduan yang dikatakan ada pada mereka, tidak seperti yang digambarkan. Jika di dalam pilihan raya kecil yang diadakan mulai 1986 Barisan Nasional ditentang hebat, dan kekuatan ini pula ditonjolkan dalam jumlah yang menghadiri ceramah, maka keputusan dalam pilihan raya umum 1990 menunjukkan bahawa yang bersuara tidak seramai mereka yang memangkah. Barisan Nasional kekal dengan kerusi dua pertiga di Parlimen.

Perbincangan tentang pilihan raya umum biasanya menyatakan kekuatan yang ada pada media massa. Andaiannya ialah kuasa yang ada pada media massa itu amat mutlak sekali sehingga apa yang dibawa oleh media massa akan terus memberikan kesan sehala dengan apa yang diharapkan oleh pemilik akhbar. Pengaruh media massa yang mutlak ini dibina atas premis orang ramai yang pasif, yang tidak akan terdaya untuk melawan pukulan utusan dari media massa. Sebaliknya tidak kurang pula yang berpendapat bahawa media massa harus diberi perakuan tentang kebolehannya untuk mempengaruhi orang ramai untuk memikirkan isu yang diutarakan pada masa pilihan raya diadakan. Usaha ini dikenali sebagai penentuan agenda, iaitu satu pendekatan penyelidikan ini.

Penyelidikan ini telah menghuraikan penemuan analisis kandungan akhbar-akhbar di Semenanjung Malaysia mengenai liputan pilihan raya umum dan pendapat publik terhadap pengundi yang memikirkan bahawa isu yang dibangkit oleh akhbar adalah berlainan dari apa yang mereka fikirkan penting. Pendapat ini berbeza sekali apabila ditinjau dari segi bangsa. Walau bagaimanapun, signifikan yang selari boleh dilihat bagi isu dalam akhbar Melayu dengan isu yang dianggap penting oleh orang-orang Melayu kerana bagi isu dalam akhbar Cina dan India dan isu yang difikirkan oleh orang India dan Cina telah berbeza secara signifikan. Ini bermakna isu dari media

Melayu tidak sama dengan isu publik orang Melayu.

Perbezaan di antara isu media dan isu publik juga mengikut negeri. Bagi negeri-negeri yang dimenangi oleh Barisan Nasional, isu yang dibangkit oleh media adalah sama dengan isu publik, tetapi bagi negeri Kelantan dan Sabah, isu media adalah berlainan sekali dengan apa yang difikirkan penting oleh publik di negeri tersebut.

Perbincangan

Jika premis beranggapan bahawa akhbar menentukan agenda untuk publik berfikir, maka kajian ini mendapati bahawa tidak semua akhbar boleh berbuat demikian. Ada ahli-ahli masyarakat yang dapat membuktikan bahawa pendapat publik terhadap beberapa isu adalah berbeza dengan isu yang dikemukakan oleh media sendiri.

Beberapa perkara harus diberikan perhatian apabila pendekatan penentuan agenda digunakan. Seperti pendekatan teori yang lain, pendekatan ini tidak lepas dari beberapa kelemahan.

Satu perkara yang harus diberikan perhatian oleh pengkaji di masa-masa akan datang ialah untuk meneliti bagaimana sesuatu isu itu ditonjolkan oleh akhbar. Malahan pengkaji juga harus memberikan perhatian bagaimana sesuatu isu itu ditamatkan sahaja tanpa banyak pendebatan. Satu contoh ialah tentang pita rakaman yang menyebut bahawa Tengku Razaleigh Hamzah sedia membunuh PAS jika Semangat 46 berkuasa nanti. Tiada sesiapa pun yang membuktikan pernah mendengar rakaman tersebut walaupun isu itu diberikan liputan yang meluas, tetapi beberapa hari selepas penamaan calon dibuat, isu itu mati begitu sahaja. Kenapa ia timbul dan kenapa ia ditamatkan, tidak pula dijelaskan.

Apa yang mungkin digambarkan dalam penonjolan isu ialah isu tersebut dikemukakan oleh ahli politik dominan. Dari ucapan ahli politik tersebut, media massa memberikan liputan yang luas. Penonjolan ucapan sebagai berita mendapat perhatian orang ramai. Apabila ahli politik lain diminta memberikan ulasan dan komen maka isu yang mula diberikan liputan itu menjadi lebih besar. Jika sekiranya perkara ini berlaku maka

pemula agenda ialah sebenarnya ahli-ahli politik, sementara pemberita, penyunting dan pengarang merupakan fasilitator untuk isu tersebut dijadikan agenda media. Apabila komen orang ramai diminta, maka orang ramai pula terus menghidupkan isu tersebut sebagai agenda media.

Persoalannya ialah bagaimana sesuatu ucapan itu dianggap penting dan di mana pula yang dianggap tidak penting. Tentu sekali di dalam kempen pilihan raya umum banyak sekali ucapan diberikan oleh ahli-ahli politik. Apa yang harus disedari ialah pemula agenda biasanya adalah dari kalangan ahli-ahli politik yang berkuasa atau dominan. Mereka memulakan isu dan mereka juga yang dapat menamatkan sesuatu isu itu untuk terus menjadi agenda melalui dua cara. Cara pertama ialah untuk tidak mengulangi lagi isu yang telah dibangkitkan. Mereka boleh melakukannya dengan enggan memberikan komen atau tidak akan menambahkan lagi butir yang ada.

Cara yang kedua adalah dengan membangkitkan isu lain yang mendapat liputan yang luas. Melalui cara ini akhbar akan mendapat satu isu baru yang sesuai dengan konsep "pemberitaan" (*newsworthiness*).

Walau bagaimanapun harus disedari bahawa sesuatu isu itu mempunyai jangka hayat yang tertentu. Pengarang akan memikirkan bahawa pembacanya akan jadi bosan jika satu isu itu terus diberikan liputan. Pada kebiasaannya isu yang besar diberikan liputan dalam muka surat pertama, tetapi pada hari kedua atau ketiga isu tersebut diberikan liputan dalam muka surat lain sehinggalah isu tersebut mati begitu sahaja.

Dalam waktu pilihan raya umum yang begitu singkat, para pengarang harus mencari isu yang sentiasa digemari oleh pembaca. Dalam masa lebih kurang 14 hari, para pembaca diberikan pelbagai isu. Masa berjalan begitu cepat dalam kempen pilihan raya umum. Begitu juga isu yang dibawa oleh media massa.

Penyelidikan mengenai isu yang dianggap penting dalam pilihan raya dilakukan selepas pilihan raya umum dengan tujuan untuk membuat perbandingan dengan isu media. Kelemahan kaedah ini ialah dari segi jawapan yang diberikan oleh responden selepas pilihan raya umum diadakan. Susutan ingatan serta hakikat bahawa pilihan raya umum sudah pun selesai mungkin mempengaruhi jawapan. Walau bagaimanapun ini

merupakan kelemahan pendekatan penentuan agenda pada keseluruhannya.

Kelemahan penentuan agenda ialah pertalian yang dikatakan wujud di antara isu media dan isu publik yang dilakukan secara *ranking*. Walaupun pertalian korelasi digunakan, keraguan masih timbul sama ada pertalian sebenarnya wujud pada peringkat individu atau ia hanya tinggal secara *aggregate* sahaja.

Kebaikan pendekatan penentuan agenda membenarkan penyelidikan tentang pengaruh yang ada (atau tiada) pada media massa. Setakat ini pengkaji masih berhati-hati dalam penggunaannya bagi menyatakan sama ada media massa itu membawa isu untuk orang ramai memikirkannya atau ada pemboleh ubah lain yang harus dijadikan bahan penyelidikan. Sekurang-kurangnya pendekatan penentuan agenda membolehkan pengkaji meneruskan penyelidikan dalam usaha mencari pertalian di antara isu media dengan isu publik.

Penyelidikan ini mendapati bahawa akhbar dalam bahasa yang berlainan membawa isu yang berbeza. Malahan isu bagi setiap bangsa adalah berbeza. Persoalannya ialah sama ada isu akhbar telah membezakan isu di antara kaum atau setiap kaum telah memilih isu secara bersendirian.

Batasan Kajian

Kajian ini mempunyai beberapa batasan. Misalnya analisis kandungan hanya dilakukan ke atas akhbar-akhbar nasional sahaja. Akhbar-akhbar di Sabah, Sarawak atau akhbar-akhbar tabloid (seperti *WATAN*) tidak dianalisa.

Isu yang dibangkitkan oleh televisyen dan radio juga tidak dikaji kerana para penyelidik berpendapat ia sukar dilakukan. Adalah menjadi andaian penyelidik bahawa isu yang dibangkitkan oleh kedua-dua media elektronik ini - radio dan televisyen - lebih mencerminkan pendapat pemimpin-pemimpin dalam kerajaan. Walau bagaimanapun adalah difikirkan penting bagi penyelidik lain melakukan analisis ke atas media elektronik di masa hadapan untuk mendapatkan hasil yang lebih menyeluruh.

Kajian tentang isu yang dianggap penting oleh pendapat

publik dilakukan selepas pilihan raya umum. Adalah lebih baik sekiranya kajian pendapat publik dilakukan sama dengan masa mengkaji isu yang dibangkitkan dengan media untuk benar-benar mengetahui pertalian di antara isu media dengan isu publik.

Kajian Akan Datang

Penyelidikan tentang pilihan raya umum pada masa hadapan perlu mengambil kira media elektronik, akhbar-akhbar tabloid dan bukan nasional untuk mendapatkan satu gambaran secara menyeluruh tentang isu yang dibangkitkan oleh media massa dalam pilihan raya umum.

Dalam pilihan raya umum akan datang, kajian harus dilakukan tentang pendapat umum semasa kempen pilihan raya umum diadakan. Usaha ini mungkin sukar kerana tarikh pilihan raya umum selalunya tidak diberitahu kepada penyelidik bagi membolehkan mereka menggembleng tenaga dan membuat urusan yang rapi untuk membolehkan satu pasukan keluar membuat temu bual. Walau bagaimanapun, perkara ini dapat difikirkan.

Rujukan

Ahmad Mokhtar Hj. Mohamad 1988. Kuasa Rakyat: Daripada Rakyat Untuk Rakyat. Kuala Lumpur: Penerbitan Dinamik.

Ahmad Shabery Cheek (penyusun) 1989. Cabaran Tahun Lapan Puluhan. Kuala Lumpur: Persatuan Sains Sosial Malaysia.

Amaluddin Darus 1987. Mahu Ke Mana Kita. Subang Jaya: Syarikat Abad.

Anokwa, Kwadwo dan Salwen, Michael E. 1986. Newspaper Agenda-Setting Among Elites and Non-Elites in Ghana. Dibentangkan dalam konferensi International Division of the Association for Education in Journalism and Mass Communication, Oklahoma.

Ariffin Azahari 1989. Krisis Keyakinan Melayu. Kota Bharu: Pustaka Kreatif.

Asp, Kent 1983. "The Struggle for the Agenda: Party Agenda, Media Agenda, and Voter Agenda in the 1979 Swedish Election Campaign." Communication Research, 10, 3:333-335.

Baharudin Ali Masrom 1989. Politik Melayu Abad 21. Kuala Lumpur: 'D' Enterprise.

Becker, Lee B.; McCombs, Maxwell E, dan McLeod, Jack M. 1975. The Development of Political Cognitions. Dlm. Chaffee, Steven H. (pytg). Political Communication: Issues and Strategies for Research. Beverly Hills: Sage Publication, 21-64.

Blumler, Jay G. dan Gurevitch, Michael 1975. Towards a Comparative Framework for Political Communication Research. Dlm. Chaffee, Steven H. (pytg). Political Communication, 165-194.

Brewer, John dan Hunter, Albert 1989. Multimethod Research. Newbury Park: Sage Publications.

Budd, Richard 1964. "Attention Score: A Device for Measuring News Play". Journalism Quarterly, 41, Spring 1964: 259-262.

Chamil Wariya 1988. UMNO (Baru): Kelahiran dan Perkembangan Awalnya. Kuala Lumpur: Terbitan 'K' Publishing and Distributors.

Choi, Heyon Cheol dan Becker, Samuel I. "Media Use, Issue/Image Discriminations, and Voting". Communication Research, 14, 3:267-291.

Covering Campaign '88. New York: Gannett Center for Media Studies. Dalam Stempel 111, Guido H. dan Westley, Bruce H. (pytg). Research Methods in Mass Communication. Englewood Cliffs, N.J.: Prentice-Hall, 132-144.

David, V. 1989. Freedom that Never Came. Petaling Jaya: Stephen Chin.

Delia, Jesse G. 1987. Communication Research: A History. Dlm. Berger Charles R. dan Chaffee, Steven H. (pytg). Handbook of Communication Science. Newbury Park: Sage Publications, 20-98.

Dennis, Everette 1988. Election '88: A Postmortem. New York: Gannett Center for Media Studies.

Fenwick, Ian; Wiseman, Frederick; Becker, John F. dan Heiman, James James R. 1982. "Classifying Undecided Voters in Pre-Election Polls". Public Opinion Quarterly, 46, 3. 383-391.

Gadziala, Stephen M. dan Becker, Lee B. 1983. A New Look at Agenda-in the 1976 Election. Journalism Quarterly, 60, 1:123-127.

Garramone, Gina M. 1984. "Voter Responses to Negative Political Ads". Journalism Quarterly, 61, 2:250-259.

Gomez, Edmund Terence 1990. UMNO's Corporate Investments. Kuala Lumpur: Forum Enterprise.

Gurevitch, Michael; Blumler, Jay G. dan Weaver, David. The Formation of Campaign Agendas in the U.S. and Britain: A Conceptual Introduction. Kertas dibentangkan di Persidangan Anjuran International Communication Association, Illinois, May 1986.

Gurunathan, K. 1990. The Jakarta Concoction. Petaling Jaya: The Democratic Action Party, Malaysia.

Halim Mahmood 1986. Senario Pemilihan UMNO. Semenyeh: Marwilis Publisher.

Heeter, Carrie; Brown, Natalie; Soffin, Stan; Stanley, Cynthia dan Salwen, Michael 1989. Agenda-Setting by Electronic Text News. Journalism Quarterly, 66, 101-106.

Hussin Mutalib 1990. Islam and Ethnicity in Malay Politics. Singapore: Oxford University Press.

Ibnu Abbas. 1990. Nasib Mohd. Taib dan BN di Selangor D. E. Petaling Jaya: A Z Distributors.

Idid, Syed Arabi 1991. Pilihan Raya Umum 1990: Satu Perbincangan Awal Tentang Konsep Penentuan Agenda. Dibentangkan dalam Seminar Penyelidikan Komunikasi, Universiti Kebangsaan Malaysia, 26-27 November.

Idid, Syed Arabi dan Mohd. Safar Hasim 1993. Pilihan Raya Umum: Satu Perspektif Komunikasi Politik. Kuala Lumpur: Dewan Bahasa dan Pustaka.

Ismail Marzuki 1989. Daim dan Razaleigh. Kuala Lumpur: Media Indah Sdn. Bhd.

Iyengar, Shanto; Kinder, Donald R.; Peters, Mark D.; dan Krosnick, Jon

A. 1984. "The Evening News and Presidential Evaluations". Journal of Personality and Social Psychology, 46, 4:778-787.

Judi: Konspirasi UMNO 1990. Kuala Lumpur: Jabatan Penerangan dan Penyelidikan PAS Pusat.

Kamal Amir 1990. Sindrom Politik Munafik: Demokrasi Tergugat. Selangor Darul Ehsan: Intercity Enterprise.

Kazee, Thomas A. 1981. "Television Exposure and Attitude Change: The Impact of Political Interest". Public Opinion Quarterly, 45, 4:507-518.

Khong Kim Hoong 1991. Malaysia's General Election 1990: Continuity, Change, and Ethnic Politics. Singapore: Institute of Southeast Asian Studies.

King, Erika G. 1990. Thematic Coverage of the 1988 Presidential Primaries: A Comparison of USA Today and the New York Times. Journalism Quarterly, 67, 1:83-87.

Kruckeberg, Dean & Starck, Kenneth 1988. Public Relations and Community. New York: Praeger.

Latimer, Margaret K. 1987. The Floating Voter and the Media. Journalism Quarterly, 64, 4:805-812/819.

Lee Lam Thye. In Defense of Democracy. Petaling Jaya: Democratic Action Party.

M. Alwi Dahlan 1990. Perkembangan Komunikasi Politik Sebagai Bidang Kajian. Jurnal Ilmu Politik, 6:3-20.

Manheim, Jarol B. 1986. A Model of Agenda Dynamics. Dibentangkan dalam Konferensi International Communication Association, Chicago, Illinois.

Marina Yusoff 1990. Time for Change. Kuala Lumpur: Shamp Sdn. Bhd.

McCombs, Maxwell E. dan Shaw, Donald L. 1972. The Agenda-Setting Function of Mass Media. Public Opinion Quarterly, 36: 176-187.

McLeod, Jack M.; Glynn, Caroll J.; dan McDonald Daniel G. 1983. "Issues and Images: The Influence of Media Reliance in Voting Decisions". 10, 1:37-58.

McLeod, Jack M.; Pan Zhongdang; Sun, Se-Wen; dan Hein, Karen 1989. To Know Them is to What? Media Influences on Knowing and Feeling in the 1988 Election Campaign. Kertas kerja dibentang dalam Konferensi Association for Education in Journalism and Mass Communication, Washington.

Means, Gordon P. 1991. Malaysian Politics: The Second Generation. Singapore: Oxford University Press.

Muhayat Hj. Yusof 1990. PAS Kuala Selangor vs APU. Kuala Selangor: Muhayat Haji Yusof.

Nimmo, Dan 1970. The Political Persuaders: The Techniques of Modern Election Campaigns. Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice-Hall.

O'Keefe, Garrett J. 1975. Political Campaigns and Mass Communication Research. Dlm. Chaffee, Steven H. (pytg). Political Communication, 129-164.

Ooi Yu Hock 1990. Ethnic Chameleon: Multiracial Politics. Kuala Lumpur: Pelandok Publications.

Ostroff, David H. dan Sandell, Karin L. 1983. Campaign Cogerage by Local TV News in Columbus, Ohio, 1978-1986, Journalism Quarterly, 66, 1:114-120.

Parker, Elliott S. 1983. "Correlation Between Items and Space Across Languages". Journalism Quarterly, 66, 1:144-146.

Partmanathan, Murugesu. 1990. The Mahathir Impact (Malaysia and World Affairs). Kuala Lumpur: Economic Research Associates.

Robinson, Michall J. 1976. Public Affairs Television and Growth of Political Malaise: The Case of "The Selling of the Pentagon". The American Political Science Review, 70:409- 432.

Scott, William 1955. "Reliability of Content Analysis: The Case of Nominal Scale Coding". Public Opinion Quarterly, 19 (Fall): 321-325.

Shaw, Eugene, T. 1979. "Agenda-Setting and Mass Communication Theory". Gazette, XXV, 2: 96-105.

Siune, Karen dan Kline, F. Gerald 1975. Communication, Mass Political Behavior, and Mass Society. Dlm. Chaffe, Steven H. (pytg.) Political Communication, 65-84.

Smith, Tom W. 1983. "The Hidden 25 Percent: An Analysis of Nonresponse on the 1980 General Social Survey". Public Opinion Quarterly. 47, 3:386-404.

Stamm, Keith R. 1987. "Cognitive Strategies and Communication During a Presidential Campaign". Communication Research 14, 1:35-57.

Stempel 111, Guido H. 1986 "Statistical Design for Content Analysis". Dlm. Stempel 111, Guido H. dan Westley, Bruce H. (pytg). Research Methods in Mass Communication. Englewood Cliffs, N.J.: Prentice-Hall, 132-144.

Stone, Gerald C. and McCombs, Maxwell 1981. "Tracing the Time Lag in Agenda Setting". Journalism Quarterly, (Spring) : 51- 55.

Swanson, David L. dan Nimmo, Dan (penyunting) 1990. "New Directions in Political Communication: A Resource Book". Newbury Park: Sage Publications.

Tardy, Charles H., Gaughan, Billie J.; Hemphill, Michael R.; dan Crockett, Nan 1981. "Media Agendas and Political Participation". Journalism Quarterly, 58, 4:624-627.

Taylor, D. Garth. 1982. "Pluralistic Ignorance and the Spiral of Silence: A Formal Analysis". Public Opinion Quarterly 46, 3:311-335.

Tengku Razaleigh Hamzah 1989. "Mengapa Saya Tentang Mahathir". Kuala Lumpur: Percetakan Berpadu Sdn. Bhd.

Trent, Judith S. & Friedenberg, Robert V. 1983. Political Campaign Communication. New York: Praeger Publishers.

Vermmeer, Jan Pons (pytg.) 1987. "Campaigns in the News: Mass Media and Congressional Elections". Connecticut: Greenwood Press.

Wattenberg, Martin P. 1982. "From Parties to Candidates: Examining the Role of the Media". Public Opinion Quaterly, 46, 2:216-227.

Wayman, Frank William dan Stockton, Ronald R. 1983. "The Structure and Stability of Political Attitudes: Findings from the 1974-76 Dearbon Panel Study". Public Opinion Quarterly, 47, 3:329-346.

Weaver, David dan Elliott, Swanzy Nimley 1985. "Who Sets the Agenda for the Media? A Study of Local Agenda-Setting". Journalism Quarterly. 62, 1:86-94.

Williams, Wenmouth, Jr.; Shapiro, Mitchell dan Cutbirth, Craig 1983. The Impact of Campaign Agendas on Perceptions of Issues in 1980 Campaign. Journalism Quarterly, 60, 2:226-231.

Yagade, Aileen dan Dozier, David M. T. 1990. "The Media Agenda-Setting Effect of Concrete Versus Abstract Issues". Journalism Quarterly. 67, 1:3-10.

Zakry Abadi 1984. UMNO. Jalan Seribu Liku. Kuala Lumpur: Penerbitan Gatra Jaya.

Zakry Abadi 1988. Shahrir Lawan Mahathir. Kuala Lumpur: Penerbitan Gelenggang.

Zakry Abadi 1990. BN & APU: Siapa Berkuasa? Kuala Lumpur: Edaran Ilmu Sdn. Berhad.

Indeks

Abdul Razak (Tun), 32
Akhbar, 4, 35, 43, 45, 46, 52, 53, 54, 57, 66, 112
Al-Islah, 27
Amerika Syarikat, 10, 13, 14, 15, 21, 32, 38, 41, 53
Ampang Jaya, 21
Analisis Kandungan 4, 22, 23, 52, 72, 86
Angkatan Perpaduan Ummah (APU), 25, 26, 39, 58, 59, 62, 70, 83
Anokwa, 21
Australia, 21

Barat, 21, 41
Barisan Nasional 25, 26, 27, 28, 29, 30, 32, 39, 49
Becker, 13
Bentong, 21,
Berita, 52, 53, 54, 55, 56, 57
Berita Harian, 53, 56, 71, 72, 73, 82, 87
Billingsley, 13
Budd, 54, 64, 68, 74

Campbell, 13
Canada, 21
Carter, 11, 15
Clarke, 9
Cina, 34, 38, 43, 45, 47, 48, 52, 95, 100, 108
Cohen, 9, 18

DAP, 28, 29, 34, 35, 36, 61, 77, 89
Denmark, 21

Eyal, 17, 18

Fadzil Nor, 63, 64, 69, 77
Ferber, 13

Gagasan Rakyat (Gagasan), 25, 26, 58, 59, 60, 61, 62, 70, 83
George, 17, 18
Ghafar Baba, 63, 64, 65, 67, 87
Ghana, 21
Goldenberg, 14

Hamim, 25, 29, 89, 107
Hovland, 7
Hugel, 15

India, 32, 34, 43, 45, 46, 47, 48, 52, 92, 96, 100, 108
Iklan, 72, 73, 76, 77, 78, 79, 82, 83
IPF, 66, 83

Jerman, 8, 53
Johor, 26, 30

Kedah, 26, 30, 38
Kelantan, 26, 30, 31, 38, 39, 93, 94, 97, 107, 109
Keningau, 107
Kitingan, Joseph Pairin, 63, 66, 67, 90
Kline, 9
Komunikasi politik 6, 11, 40, 106
Kongres, 10

Lang, 19, 20

Lim Chong Eu, 78, 88, 89, 91
Lim Kheng Yeik, 27, 63, 64, 65, 67, 69
Lim Kit Siang, 63, 64, 65, 66, 67, 68, 69, 77, 88
Ling Leong Sik, 63, 64, 65, 67, 69

Mahathir Mohamad, 25, 63, 64, 65, 66, 67, 68, 69, 79, 80
Majalah, 8
Malaysia, 21, 24, 27, 32, 35, 40
Malaysian Chinese Association (MCA), 28, 29, 32, 38, 77, 83
Malaysian Indian Congress (MIC), 28, 29, 32, 61, 66, 97
McCombs, 9, 10, 16, 17, 18, 74
Media Massa, 3, 4, 7, 9, 12, 20, 40, 43, 91, 108
Melayu, 1, 26, 32, 35, 43, 45, 46, 47, 95
Miller, 12
Mohammad Taib, 79, 80, 85
Mohd. Safar Hashim, 4, 40, 52, 73, 107

Nanban, 53, 56, 62
Nanyang Siang Pau, 53, 56, 61, 71, 72, 73, 77, 82, 84
New Straits Times, 53, 56, 71, 72, 73, 81, 84
Nixon, 11, 14

Padang Kota, 89
Pahang, 30, 38
Parker, 52, 54
Parti politik, 2, 24, 31, 43, 71
PAS, 28, 34, 35, 37, 39, 77, 89
PBDS, 29
PBS, 29, 90, 91, 92, 94, 95
Pembangkang, 29, 98, 100, 108
Pengundi, 2, 4, 5, 13, 15, 31, 32, 35, 40, 83
Perak, 30, 38
Perlis, 26, 30
Pulau Pinang, 30, 87, 88, 91, 94, 95, 97, 107, 108

Radio, 8, 43, 45, 46, 47, 111
"Rakyat Selangor", 76, 79, 80, 84
Ratnam, 32, 42, 106
Rosengren, 12

Salwen, 18, 21
Samy Vellu, 63, 64, 65, 66, 67, 69, 91
Sarawak, 28, 30, 32, 35, 111
Selangor, 38, 80
Semangat 46, 25, 26, 28, 29, 39, 77, 89, 108
Senat, 10
Seymour-Ure, 12
Shaw, 9, 16, 17, 18
Sin Chew Jit Poh, 3, 55, 56, 61, 71, 72, 77, 82
Syed Husin, 63, 64, 66, 67, 70
SNAP, 29
Stamm, 11
STAR, 56, 71, 72, 73, 82, 90
Sungai Besar, 21
SUPP, 29

Tambatan, 21
Tamil Nesan, 53, 56, 61
Tanjung, 87, 88
Televisyen, 8, 14, 16, 43, 45, 46, 48, 111
Teluk Pasu, 21
Tengku Razaleigh, 63, 64, 65, 66, 67, 68, 69, 77, 87
Terengganu, 26, 38, 94, 97, 107
Tinjauan, 1, 4, 20, 22
Traugott, 14

UMNO, 26, 29, 32, 40, 60, 62, 87
United Kingdom, 6, 13
Universiti Columbia, 7
USNO, 29
Utusan Malaysia, 53, 56, 71, 72, 73, 82

Wan Mokhtar Ahmad, 89
Watan, 111
Watergate, 19
Weaver 15, 16
Winter 17, 18

Video, 8, 45

Penentuan Agenda: Peranan Media Massa dalam Pilihanraya Umum

Buku tentang peranan media massa dalam pilihan raya umum di Malaysia menarik minat orang ramai. Pengundi ingin mengetahui apakah dan bagaimanakah peranan media massa dalam pilihan raya. Sejauh manakah media massa dapat mempengaruhi pengundi untuk berfikir dan memilih sesebuah parti atau calon? Adakah media massa berpengaruh pada waktu kempen atau sebelum itu? Adakah pengundi aktif untuk memilih apa yang disiarkan oleh media massa?

Beberapa soalan yang dikemukakan di atas cuba dijawab oleh penulis dalam buku ini. Pendekatan teori yang diambil dalam kajian ini ialah penentuan agenda yang dibuat secara empirikal. Ia mengaitkan isu yang dibangkitkan oleh pengundi dan isu yang diberi liputan oleh akhbar. Penemuan kajian ini menunjukkan sejauh mana media massa memberi kesan dalam masyarakat pada masa pilihan raya.

ISBN 983-62-4397-6

01200

9 789836 243973