

ANALISIS KANDUNGAN AKHBAR  
BAHASA MELAYU : PILIHAN RAYA UMUM KE-13 (PRU13)  
DI MALAYSIA

NURINA AWANIS BINTI MOHAMED

MASTER OF SCIENCE

(STRATEGIC STUDIES)

GHAZALI SHAFIE GRADUATE SCHOOL  
COLLEGE OF LAW, GOVERNMENT  
AND INTERNATIONAL STUDIES

JUN 2014

## **KEBENARAN MENGGUNA**

Saya dengan ini mengemukakan tesis saya sebagai memenuhi syarat pengijazahan Sarjana Sains (Pengajian Strategik) dari Universiti Utara Malaysia. Saya bersetuju bahawa Perpustakaan Universiti boleh memperolehi tesis ini secara percuma untuk tujuan pemeriksaan. Saya juga bersetuju untuk membolehkan mana-mana pihak untuk menyalin tesis ini dalam apa-apa cara sekalipun, secara keseluruhan atau sebahagiannya. Bagi tujuan ilmiah boleh dimohonkan kepada kepada penyelia saya atau dalam ketiadaan mereka, boleh memohon kepada Dekan Ghazali Shafie Sekolah Siswazah Kerajaan. Difahamkan bahawa mana-mana penyalinan atau penerbitan atau penggunaan tesis ini atau bahagian-bahagiannya untuk keuntungan kewangan tidak boleh dibenarkan tanpa kebenaran bertulis saya. Ia juga difahami bahawa pengiktirafan yang sewajarnya hendaklah diberikan kepada saya dan Universiti Utara Malaysia boleh menggunakan mana-mana bahagian dalam tesis saya jika didapati bersesuaian untuk tujuan ilmiah.

Permintaan untuk kebenaran untuk menyalin atau menggunakan bahan-bahan yang lain dalam tesis ini, secara keseluruhan atau sebahagian, hendaklah dialamatkan kepada :

Dekan Ghazali Shafie Sekolah Siswazah Kerajaan  
Kolej Undang-Undang, Kerajaan dan Pengajian Antarabangsa  
Universiti Utara Malaysia  
06010 UUM Sintok

## ABSTRAK

Media massa merupakan suatu alat perantara yang berfungsi sebagai medium dalam menyampaikan informasi secara terkini kepada segenap lapisan masyarakat tanpa mengira apa jua bidang sama ada politik, ekonomi, sosial, budaya dan sebagainya. Hubungan antara media dan proses pilihanraya sangat sinonim. Peranan media mahupun media cetak atau elektronik digunakan dengan sebaiknya bagi menyalurkan maklumat pembangunan, perkembangan sosial, politik dan sebagainya. Kajian ini adalah mengenai hubung kait akhbar dengan pilihanraya bagi mengkaji arah berita dan tema yang sering dipaparkan oleh akhbar- akhbar tersebut. Akhbar yang telah dipilih ialah Berita Harian, Utusan Malaysia dan Sinar Harian kerana ketiga-tiga akhbar bahasa Melayu ini telah mencatatkan jumlah edaran yang tertinggi di Malaysia. Tempoh kajian ini bermula pada 20 April 2013 hingga 5 Mei 2013, iaitu tempoh kempen Pilihan Raya Umum ke-13 (PRU13). Bagi menjawab persoalan kajian, pembentukan kategori telah dibentuk. Kategori arah berita dalam kajian ini terbahagi kepada lima arah, iaitu positif kepada parti memerintah, positif kepada Pakatan Rakyat, negatif kepada parti memerintah, negatif kepada Pakatan Rakyat dan neutral. Manakala, bagi tema pula ia boleh dibahagikan kepada tiga, iaitu politik, ekonomi dan sosial. Dengan menggunakan analisis kandungan, hasil kajian mendapati majoriti item berita daripada ketiga-tiga akhbar memaparkan arah berita yang positif kepada parti memerintah manakala tema politik merupakan tema yang paling menonjol dalam ketiga-tiga akhbar. Kajian ini boleh dipertingkatkan lagi dengan menganalisis kandungan akhbar yang berkisar tentang pilihanraya kecil atau melibatkan akhbar pelbagai bahasa.

Kata kunci : *media massa, akhbar, pilihanraya, arah berita, tema*

## PENGHARGAAN

Assalamualaikum w.b.t.....

Alhamdulillah, bersyukur kepada Allah S.W.T kerana dapat limpah kurnia-Nya serta berkat usaha, kesabaran dan keredhaan yang diberikannya tesis sarjana ini dapat disempurnakan dalam tempoh masa yang ditetapkan sebagai memenuhi syarat pengijazahan program Sarjana Sains (Pengajian Strategik).

Penghargaan tidak terkira saya ucapkan kepada penyelia utama saya iaitu, **Dr Ummu Atiyah Binti Ahmad Zakuan** kerana banyak berkorban masa, tenaga dan tunjuk ajar yang tidak ternilai kepada saya. Beliau juga tidak jemu dalam melayan kerenah saya sepanjang proses menyiapkan tesis Sarjana ini.

Tidak lupa juga ucapan jutaan terima yang tidak terhingga kepada kedua ibu bapa **Mohamed Bin Yusoff dan Mariah Binti Md.Yusoff** yang tercinta dia atas restu kalian yang mengiringi perjalanan anakanda sampai ke tahap ini. Ucapan terima kasih juga kepada adik beradik iaitu, **Nurin Amalina Binti Mohamed** dan kawan-kawan yang sentiasa memberi dorongan yang tidak ternilai kepada saya dalam menyiapkan tesis Sarjana ini. Selain itu, beribu-ribu ucapan penghargaan kepada insan teristimewa iaitu saudari **Nik Sakinah Binti Nik Ahmad** yang sentiasa bersama dalam memberi sokongan dan bantuan dalam menyempurnakan tesis Sarjana ini. Semoga hasil daripada kajian ini akan dapat memanfaatkan kita dalam usaha meneroka peranan media massa dalam mengetahui bagaimana akhbar memaparkan isu-isu mengenai pilihanraya.

Sekian, terima kasih.

## ISI KANDUNGAN

<b>KEBENARAN MENGGUNA.....</b>	<b>i</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>ii</b>
<b>PENGHARGAAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>ISI KANDUNGAN.....</b>	<b>iv</b>
<b>SENARAI RAJAH.....</b>	<b>viii</b>
<b>SENARAI JADUAL.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR SINGKATAN.....</b>	<b>x</b>

### **BAB SATU :PENGENALAN**

1.1 PENDAHULUAN.....	1
1.2 PERNYATAAN MASALAH.....	3
1.3 PERSOALAN KAJIAN.....	7
1.4 OBJEKTIF KAJIAN.....	7
1.5 KEPENTINGAN KAJIAN.....	8
1.6 SKOP KAJIAN.....	8
1.7 KERANGA TEORITIKAL.....	11
1.8 PEMBAHAGIAN BAB.....	14

### **BAB DUA : ULASAN KARYA**

2.1 PENDAHULUAN.....	16
2.2 KAJIAN-KAJIAN LEPAS.....	16
2.2.1 PERNYERTAAN POLITIK MASYARAKAT DALAM PILIHANRAYA.....	16

2.2.2 PILIHANRAYA DAN MEDIA.....	18
2.2.3 AKHBAR DAN PILIHANRAYA.....	23
2.3 KESIMPULAN.....	29

### **BAB TIGA : METODOLOGI PENYELIDIKAN**

3.1 PENDAHULUAN.....	30
3.2 KAEDAH ANALISIS KANDUNGAN.....	30
3.3 PERSAMPELAN.....	32
3.4 PENGKATEGORIAN ANALISIS.....	34
3.4.1 ARAH BERITA.....	35
3.4.1.1 BERITA POSITIF.....	35
3.4.1.2 BERITA NEGATIF.....	37
3.4.1.3 BERITA NEUTRAL.....	39
3.4.2 TEMA.....	40
3.4.2.1 POLITIK.....	40
3.4.2.2 EKONOMI.....	42
3.4.2.3 SOSIAL.....	43
3.5 KESIMPULAN.....	44

### **BAB EMPAT : ANALISIS KAJIAN**

4.1 PENDAHULUAN.....	45
4.2 ARAH BERITA DAN TEMA YANG KERAP DISIARKAN OLEH AKHBAR SEMASA KEMPEN PRU13.....	45
4.2.1 KATEGORI ARAH BERITA.....	46
4.2.1.1 POSITIF KEPADA PARTI MEMERINTAH.....	47

4.2.1.2 NEGATIF KEPADA PAKATAN RAKYAT.....	50
4.2.1.3 NEUTRAL.....	53
4.2.2 KATEGORI TEMA.....	55
4.2.2.1 TEMA POLITIK.....	56
4.2.2.2 TEMA SOSIAL.....	57
4.2.2.3 TEMA EKONOMI.....	59
4.3 KESIMPULAN.....	60

**BAB LIMA : KESIMPULAN .**

5.1 PENDAHULUAN.....	62
5.2 ARAH BERITA AKHBAR MELAYU UTAMA .....	62
5.3 TEMA-TEMA AKHBAR MELAYU UTAMA .....	62
5.4 LIMITASI KAJIAN.....	63
5.5 CADANGAN.....	64

**RUJUKAN**

**LAMPIRAN SATU**

BORANG KOD ANALISIS KANDUNGAN

BORANG KODANALISIS KANDUNGAN

BORANG KOD ANALISIS KANDUNGAN

## **LAMPIRAN DUA**

PENGEKODAN BERITA HARIAN

PENGEKODAN UTUSAN MALAYSIA

PENGEKODAN SINAR HARIAN



## SENARAI RAJAH

Rajah 1.1 Purata pembaca akhbar mengikut bahasa ('000) 2005,2008 dan 2011.....	7
Rajah 1.2 Pengedaran akhbar-akhbar utama Bahasa Melayu 2006, 2010, 2012, dan 2013.....	9

## SENARAI JADUAL

Jadual 3.1: Sampel kajian.....	34
Jadual 4.1: Taburan jumlah berita dan purata per terbitan akhbar mengenai isu-isu pilihanraya mengikut akhbar.....	46
Jadual 4.2: Jumlah kekerapan arah berita secara keseluruhan.....	47
Jadual 4.3: Arah berita positif kepada parti memerintah mengikut akhbar.....	48
Jadual 4.4: Arah berita negatif kepada pakatan rakyat mengikut akhbar.....	50
Jadual 4.5: Arah berita neutral mengikut akhbar.....	52
Jadual 4.6: Jumlah kekerapan tema secara keseluruhan.....	54
Jadual 4.7: Kekerapan tema politik mengikut akhbar.....	55
Jadual 4.8: Kekerapan tema sosial mengikut akhbar.....	56
Jadual 4.9: Kekerapan tema ekonomi mengikut akhbar.....	58

## DAFTAR SINGKATAN

ABC	Audit Bureau of Circulation
AF	Alternatif Front
AUKU	Akta Kolej dan Kolej Universiti
AWANI	Astro Awani
BN	Barisan Nasional
BH	Berita Harian
DAP	Democratic Action Party
DUN	Dewan Undangan Negeri
HINDRAFF	Hindu Rights Action Force
ISA	Internal Security Acts
NF	National Front
NTV7	Natseven TV Sdn. Bhd.
PAS	Parti Islam Se-Malaysia
PBB	Parti Pesaka Bumiputra Bersatu
PDRM	Polis Di Raja Malaysia
PR	Pakatan Rakyat
PKR	Parti Keadilan Rakyat
PRK	Pilihan Raya Kecil
PRU	Pilihan Raya Umum
RTM	Radio Television Malaysia
UM	Utusan Malaysia
UMNO	United Malays National Organisation
SMS	Short Message Services
SH	Sinar Harian
SPR	Suruhanjaya Pilihan Raya
SUPP	Sarawak United Peoples' Party
TV3	Sistem Televisyen Malaysia
WPFC	World Press Freedom Committee
YDPA	Yang Di Pertuan Agong

# **BAB SATU**

## **Pengenalan**

### **1.1 PENDAHULUAN**

Hubungan antara media dan proses pilihanraya sangat sinonim. Media elektronik dan media cetak mempunyai peranan dan implikasi tertentu dalam proses demokrasi, terutamanya dari segi membawa berita dan informasi mengenai calon-calon dan parti yang bertanding serta isu-isu yang hangat diperbahaskan bersempena dengan pilihanraya umum. Seperti mana-mana pilihanraya yang lain, peranan media mahupun media cetak atau elektronik tidak lepas dari digembleng sepenuhnya untuk tujuan menyalurkan maklumat kemajuan mahupun pembangunan sesebuah negara. Media negara barat banyak menumpukan kepada personaliti calon, manifesto parti serta keupayaan calon berdebat manakala media di Malaysia pula dilihat yang lebih condong kepada parti yang memerintah (Baharuddin Aziz, Abd. Rasid & Rahmat Ghazal, 2009).

Merujuk kepada sejarah awal perkembangan media massa di Malaysia, akhbar dan majalah pada awal pembabitannya banyak berkisar kepada penyampaian semangat nasionalisme atau semangat kebangsaan yang kuat. Ianya jelas dapat dilihat di akhbar-akhbar seperti *Jawi Peranakan* dan *Warta Ahad* (Sulaiman Masri, 1983).

Media massa merupakan suatu alat perantara yang berfungsi sebagai medium dalam menyampaikan informasi secara terkini kepada segenap lapisan masyarakat tanpa mengira apa jua bidang sama ada politik, ekonomi, sosial, budaya dan

sebagainya. McQuail (1987) menjelaskan bahawa peranan sebagai perantara ini menyebabkan media dianggap sebagai jendela pengalaman yang meluaskan pandangan dan memungkinkan masyarakat memahami lingkungan persekitarannya. Pada tahun 1950an, media massa didefinisikan sebagai akhbar, radio dan buku. Konsep media massa ini berubah dengan pengenalan teknologi baru, iaitu televisyen. Hal ini menjadikan televisyen juga dikategorikan sebagai media massa (Syed Arabi Idid dan Safar Hasim, 1993). Pada tahun 1980an, telegram dan telefon mungkin merupakan sistem penyebaran maklumat yang terpantas (Mohd Azizuddin, 2009). Namun, pada tahun 1990an, kemunculan internet sebagai suatu alat komunikasi dunia tanpa sempadan yang berbeza dengan media sebelumnya dengan kapasiti di luar jangkaan (Siti Suriani Othman, 2009).

Media massa boleh diklasifikasikan kepada dua kategori, iaitu media cetak dan media elektronik. Media cetak merangkumi akhbar, majalah, buku dan jurnal. Media elektronik pula adalah televisyen dan radio. Kedua-dua jenis media ini turut dikenali sebagai media konvensional. Manakala, media massa yang terdiri daripada internet, blog, *facebook* dan *twitter* boleh dikategorikan sebagai media alternatif. Masing-masing mempunyai manfaat dan nilai yang sangat positif dalam perkembangan kehidupan masyarakat sosial. Masyarakat sebagai pengundi tidak boleh dipisahkan samada secara langsung atau tidak langsung dengan media massa kerana mereka merupakan pengundi dalam sesebuah negara. Maka, apa yang dilaporkan dalam media cetak akan mempengaruhi pengundi tentang tahap kepercayaan media yang berbeza. Namun, jika disalahguna bagi kepentingan peribadi ataupun parti politik, ia boleh mengundang pelbagai konflik dan permasalahan yang menjerumus masyarakat ke dalam kegagalan dan kehancuran.

Akhbar, sebagai satu jenis media cetak, merupakan media yang tertua dan masih popular dalam kalangan pengkaji di dalam pelbagai bidang. Antara ciri yang terdapat pada akhbar adalah seperti bersifat sehalu, komunikator yang berinstitusi, dapat digandakan, iaitu mampu menyebarkan sesuatu maklumat kepada khalayak yang banyak dan mempunyai mesej-mesejnya yang tersendiri. Oleh kerana sifat akhbar yang dapat mengumpul dan membentuk kecenderungan umum terhadap sesetengah isu, pengkaji media mula mengkaji keupayaan akhbar dan media dalam membentuk pendapat umum (Handayani, 1995).

Hal ini jelas menunjukkan bahawa media cetak terutamanya akhbar amat signifikan di dalam pelbagai bidang kajian termasuklah politik. Antara nama-nama pengkaji dalam bidang politik yang mempunyai kaitan dengan pilihanraya di Malaysia adalah seperti Syed Arabi Idid, Mustafa Anuar, Mohd Azizuddin, Mohammad Agus Yusoff dan Zarahom Naim dan R. Sivaperegasam

## **1.2 PERNYATAAN MASALAH**

Akhbar memainkan peranan penting dalam membentuk pemikiran dan persepsi masyarakat. Hal ini kerana akhbar merupakan sumber utama untuk mendapatkan maklumat dan berita yang berlaku di sekeliling mereka. Tidak dapat dinafikan bahawa kemunculan pelbagai medium lain selain akhbar yang lebih menjimatkan kos, masa, tenaga dan wang ringgit seperti televisyen, radio malah ada yang lebih hebat lagi menggunakan aplikasi internet, blog, *facebook* dan *twitter* dalam usaha mendapatkan informasi-informasi terkini (Mohd Shamsul, Marlia Idrus & Jasmin Ilyani, 2008).

Namun, dalam mengharungi ledakan arus globalisasi, jelas ternyata bahawa akhbar masih lagi mendapat perhatian dan sambutan yang hangat dalam kalangan masyarakat di Malaysia. Peningkatan pembacaan akhbar harian dalam tempoh lima tahun kebelakangan ini adalah didorong oleh akhbar-akhbar harian Bahasa Melayu. Akhbar Harian Metro paling digemari oleh pembaca dengan jangkauan 15%. Hal ini diikuti oleh akhbar Berita Harian (BH) (8%), Utusan Malaysia (UM) (7%) dan Kosmo (3%) (Mohd Hamdan, 2009).

Akhbar juga telah terbukti amat penting dalam menentukan kemenangan kepada sesuatu pihak di dalam pilihanraya. Akhbar mampu memenangkan ataupun mengalahkan seseorang calon kerana impaknya masih kuat. Hal ini terbukti melalui kajian yang dijalankan oleh Maureen (2005) mengenai calon-calon yang bertanding pada pilihanraya Presiden Amerika Syarikat 2004 yang disiarkan dalam akhbar *The Los Angeles* dan *The Washington Times*. Hal ini menunjukkan akhbar *The Washington Times* lebih banyak memaparkan berita utama berkaitan dengan calon Presiden Bush manakala akhbar *The Los Angeles* memaparkan berita utama berkaitan calon Presiden Kerry. Kesan daripada liputan dan laporan yang disiarkan oleh akhbar *The Washington Times*, calon President Bush diramalkan boleh menang dalam pilihanraya.

Tidak kurang juga situasi yang berlaku di Malaysia, di mana Dyana Sofya yang mewakili *Democratic Action Party* (DAP) telah kalah kepada calon Barisan Nasional (BN) Datuk Mah Siew Keong dalam Pilihan Raya Kecil (PRK) Parlimen Teluk Intan minggu lalu. Gara-gara liputan dan berita yang disiarkan di dada-dada akhbar arus perdana mengenai statusnya sebagai boneka terhadap Lim Kit Siang,

tiada berpengalaman, isu hudud dan gambar berbikin menyebabkan imej dan personaliti Dyana sebagai seorang calon DAP terjejas teruk (Utusan Malaysia, 2014). Kedua-dua situasi ini jelas menunjukkan bahawa peranan dan kesan media masih terus relevan di dalam pilihanraya.

Di dalam konteks Malaysia, pada awal kemerdekaan sehingga ke penghujung abad ke-20, media massa dimiliki atau dikawal oleh kerajaan dan BN (Gomez, 1994). Radio dan televisyen hanya menyiarkan perkara-perkara yang memberi gambaran positif kepada pihak kerajaan. Isu-isu hanya dikupas dan dianalisa mengikut persektif kerajaan. Sepanjang masa rakyat diberitahu bahawa kerajaan BN akan bertindak demi kepentingan rakyat dan negara. Kenyataan Menteri Penerangan Malaysia pada tahun 1999 jelas membuktikan hal ini;

*“The Government pays for RTM’s (Radio Television Malaysia) employees and the equipment used. So whoever is in the Government get to use RTM as their mouthpiece to air their manifesto and promises during a general election...RTM is not interested in inviting any opposition party for interviews over its channels. This has been our practice”*

(The Star, Julai 3: 1999; James 2003:129)

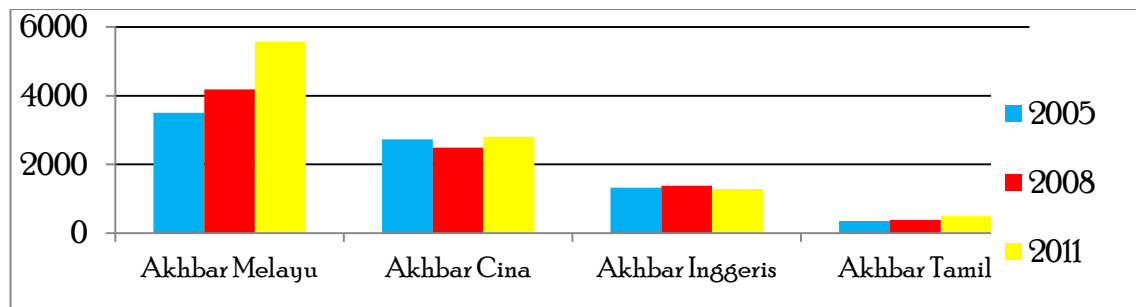
Berita Harian (BH) dan Utusan Malaysia (UM) sering dilabel sebagai penyokong kuat kerajaan BN. Semua yang dirancang dan dilaksanakan oleh kerajaan BN mendapat liputan meluas dan pujian mereka. Segala kepincangan tidak dilaporkan di dalam akhbar-akhbar ini manakala pihak pembangkang pula diberikan



gambaran yang tidak begitu baik, contohnya, suka mewujudkan kacau-bilau antara rakyat dan tidak diberi peluang yang sama seperti mana diberikan kepada kerajaan BN (Muhamad Nadzri, 2007).

Organisasi antarabangsa seperti *World Press Freedom Committee (WPFC)* dan organisasi domestik pernah menerbitkan laporan yang menyatakan media massa, terutamanya media arus perdana di Malaysia bersifat berat sebelah, tidak telus serta dikongkong (Walden, 2001). Kemunculan akhbar baru, iaitu *Sinar Harian (SH)* sebagai akhbar bersifat neutral dalam menyampaikan maklumat dikatakan telah memberi sedikit sebanyak kesan ke atas landskap politik di Malaysia. Hal ini terbukti apabila kepimpinan Pas Johor memuji konsep keseimbangan laporan berita yang diketengahkan oleh *SH*. Hal ini menunjukkan terdapat akhbar juga yang bersifat neutral tanpa dipengaruhi mana-mana pihak berkepentingan. Sukar bagi pihak pembangkang khususnya barisan pimpinan Pakatan Rakyat (PR) untuk diberi peluang dari segi liputan berita dan ruang untuk dipaparkan di media arus perdana. (Aminolhuda Hassan, 2014).

Maka, adalah penting untuk melihat isi kandungan dan hala tuju berita akhbar-akhbar utama ini, iaitu, BH, UM, dan SH semasa kempen Pilihanraya Umum ke-13 (PRU-13) baru-baru ini. Di laporkan bahawa kekerapan pembacaan akhbar-akhbar ini dalam kalangan penduduk, terutamanya Melayu telah melonjak naik (sila rujuk Rajah 1.1).



*Rajah 1.1 Purata Pembaca Akhbar Mengikut Bahasa ('000), 2005, 2008 dan 2011*

Sebagai rumusannya, kepentingan akhbar di dalam sesebuah pilihanraya tidak boleh disangkal lagi. Oleh itu, kajian ini adalah penting bagi mengkaji isi kandungan dan hala tuju berita bagi sesebuah akhbar.

### **1.3 PERSOALAN KAJIAN**

Berdasarkan kepada permasalahan kajian yang diutarakan, kajian ini menumpukan kepada persoalan berita di dalam akhbar utama, BH, UM, dan SH semasa kempen PRU-13 adalah seperti berikut :

- a. Apakah arah berita yang disiarkan oleh BH, UM dan SH semasa kempen PRU-13?
- b. Apakah tema-tema yang sering dibangkitkan oleh BH, UM dan SH semasa kempen PRU-13?

### **1.4 OBJEKTIF KAJIAN**

Objektif dalam kajian ini adalah untuk :

- a. Mengenal pasti arah berita yang disiarkan oleh BH, UM dan SH semasa kempen PRU-13
- b. Mengkaji tema-tema yang sering dibangkitkan oleh BH, UM dan SH semasa kempen PRU-13

## **1.5 KEPENTINGAN KAJIAN**

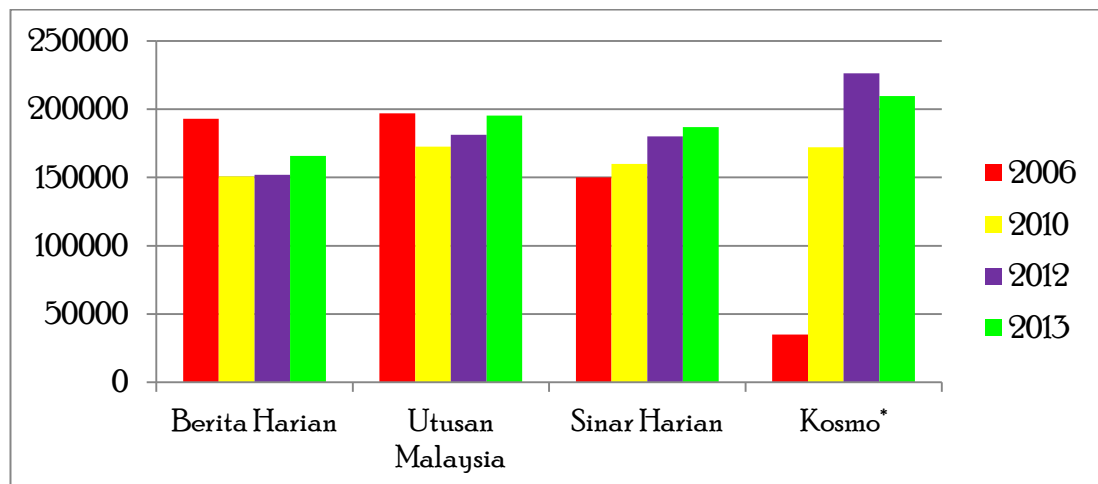
- a. Kajian ini dapat memberikan gambaran mengenai pola arah berita yang disiarkan dalam akhbar berbahasa Melayu sejurus sebelum dan selepas PRU-13 di Malaysia.
  
- b. Kajian ini diharap mampu memberi input kepada para penggubal dasar termasuklah pemilik akhbar supaya membuat liputan dan laporan yang lebih telus dalam menyediakan berita yang lebih berkualiti serta tidak menyebelahi mana-mana individu, masyarakat mahupun parti.
  
- c. Kajian ini akan dapat menambahkan lagi sumbangan ilmiah mengenai impak akhbar di dalam politik Malaysia.

## **1.6 SKOP KAJIAN**

Jenis media yang dipilih untuk kajian ini juga terhad pada media cetak yang tertumpu kepada akhbar berbahasa Melayu. Pemilihan media cetak Bahasa Melayu ini adalah kerana ia masih merupakan mekanisma yang utama sebagai sumber berita. Seperti yang ditunjukkan di Rajah 1.1, jika dibandingkan dengan akhbar bahasa Inggeris, Cina, dan Tamil, akhbar bahasa Melayu mencatatkan jumlah yang tertinggi (sila rujuk Rajah 1.2).

Di samping itu juga, pemilihan akhbar berbahasa Melayu dibuat kerana menurut *Audit Bureau of Circulation* (ABC), statistik menunjukkan pembaca akhbar berbahasa Melayu mencatatkan angka yang tertinggi (sila rujuk Rajah 1.2) dan meningkat secara konsisten sejak beberapa tahun berbanding dengan akhbar-akhbar

yang lain seperti bahasa Cina, bahasa Inggeris dan bahasa Tamil. Selain itu, faktor jualan akhbar berbahasa Melayu pada tahun 2008 meningkat sebanyak 4.7 peratus, iaitu daripada 1.98 juta naskah pada tahun sebelumnya (2007) meningkat kepada 2.07 juta naskah (tahun 2008) berbanding akhbar berbahasa lain (Mazlan, 2008). Hal ini disebabkan oleh peningkatan jumlah pembaca golongan muda yang mewakili 73 peratus rakyat negara ini telah menyumbang kepada pertumbuhan akhbar berbahasa Melayu manakala 38 peratus kaum bukan Melayu yang sebahagian besarnya sudah menguasai bahasa Melayu. Tiga akhbar utama bahasa Melayu telah dipilih, iaitu BH, UM dan SH kerana ia mencatatkan jumlah pengedaran yang tertinggi akhbar bahasa Melayu pada tahun 2013, iaitu 165,814 naskah, 195,308 naskah dan 187,000 naskah (ABC, 2013).



*Rajah 1.2 Pengedaran Akhbar-Akhbar Utama Bahasa Melayu 2006, 2010,2012 dan 2013*

\* Akhbar Kosmo merupakan akhbar tabloid yang mencatatkan angka yang tertinggi dalam statistik pengedaran, namun akhbar ini tidak relevan dalam kajian ini kerana lebih menjurus kepada akhbar berbentuk hiburan.

Selain itu, pemilihan akhbar berbanding media lain adalah kerana kajian berkaitan dengan akhbar amat sesuai dijalankan untuk kajian analisis kandungan (McQuail 1997).

Kempen PRU-13 dipilih kerana tempoh ini amat penting kepada individu yang bertanding, parti yang bertanding serta wartawan media agar memilih mereka untuk memastikan kemenangan parti-parti politik mereka serta membuat liputan perkembangan mengenai kempen tersebut. Calon-calon yang bertanding akan mengatur beberapa strategi yang efektif dan drastik semasa kempen dijalankan. Hal ini bertujuan untuk meraih sokongan dan memancing lebih banyak undi sekaligus menangkis pelbagai tuduhan yang dilemparkan oleh pihak pembangkang (Syed Idid, 1993). Mereka mengetahui bahawa liputan laporan akhbar lebih berjaya dan lebih berkesan terhadap pengundi-pengundi daripada bercakap kepada pengundinya. Mereka juga sedar bahawa liputan akhbar adalah cara berkempen yang paling berkesan dan pengundi dapat melihat apa yang dilakukan selain mengejar undi sahaja (Pres & Verburg, 1988). Kempen pilihanraya sebelum menjelang hari pengundian telah dipilih. Hal ini bagi mengukur peratusan dan pemberat berita yang dipaparkan. Tempoh selama 14 hari ini telah ditetapkan oleh pihak SPR yang menetapkan 14 hari itu untuk parti-parti bertanding berkempen yang bermula pada 20 April 2013 hingga 5 Mei 2015.

## 1.9 KERANGKA TEORITIKAL

Kajian ini menggunakan kerangka teori yang telah diperkenalkan oleh Antonio Gramsci (1971). Teori ini membicarakan tentang hegemoni dalam mengkaji andaian bahawa media merupakan salah satu institusi sosial yang penting dalam pengekalan hegemoni, dominasi kuasa atau *status quo* mereka terhadap majoriti masyarakat yang tidak berkuasa. Golongan dominan ini juga menyemai dan memujuk masyarakat melalui autoriti sosial dan aktiviti kehidupan seharian mereka.

Teori hegemoni yang dikemukakan oleh Gramsci merupakan perjuangan sebuah kelas yang berjaya untuk memujuk kelas masyarakat yang lain untuk menerima nilai-nilai moral, politik dan nilai budaya kumpulan dominan. Konsep ini membuat andaian seolah-olah satu keizinan kosong telah diberikan oleh kumpulan masyarakat majoriti kepada mereka yang berkuasa dalam pemerintahan. Walau bagaimanapun, keizinan atau *consent* ini tidak selalunya bersifat aman dan bermungkinan untuk bergabung dengan unsur-unsur seperti fizikal atau paksaan (*force*) dengan dorongan intelektual, moral dan budaya (Chang Teck Peng, 2002).

Di samping itu, konsep ini juga dapat diterima sebagai *common sense*, iaitu satu budaya hegemoni yang dilihat sebagai satu ideologi yang sangat dominan yang sentiasa dipraktik dan disebar meluas. Oleh kerana ia terbentuk daripada pergelutan sosial dan kelas, maka hegemoni berupaya untuk membentuk, mengubah malah mempengaruhi pemikiran masyarakat. Apa yang lebih signifikan, hegemoni juga merupakan satu set idea golongan dominan yang berjuang bagi menjamin kepimpinan mereka yang diperolehi daripada keizinan yang diberikan oleh golongan subordinat (Chang Teck Peng, 2002).

Menurut Gramsci, terdapat dua pendekatan sesebuah kelas mengamalkan dominasinya, iaitu dominasi dan “kepimpinan moral dan intelektual” (Gramsci 1971). Sesebuah kelas itu mendominasi kumpulan-kumpulan penentang yang mana ia sanggup “menghapuskan” atau menaklukinya dengan menggunakan kekuasaan. Manakala ia “memimpin” kumpulan-kumpulan serumpun atau sekutu. Sehubungan ini, “kepimpinan” ini harus diamalkan sebelum memperolehi kuasa kerajaan dan harus diteruskan juga sungguhpun setelah memegang kuasa (Gramsci, 1971). Dengan kata lain, golongan yang mempunyai kuasa akan menjaga kumpulan-kumpulannya sendiri dan menghapuskan mana-mana pihak yang cuba untuk menentang dengan kekuasaan yang mereka miliki (Chang Teck Peng, 2002).

Menurut Gitlin (1980) dalam Mohd Asri Mohamad (2002) yang mengatakan bahawa hegemoni adalah tindakan atau usaha pihak dominan (*ruling classes*) yang telah mendominasi masyarakat, iaitu masyarakat kelas bawahan dan kumpulan mereka melalui aktiviti-aktiviti sosial dan amalan seharian. Hegemoni akhirnya adalah satu proses mendominasi dan didominasi dan ianya mungkin akan melibatkan penggunaan elemen psikologi dan imbuhan kebendaan dalam menjamin serta member jaminan kepada ketidaksamaan yang telah sedia wujud dalam masyarakat.

Penggunaan teori ini dalam kajian turut diperkukuh oleh undang-undang yang diperkenalkan bagi mengawal atas kestabilan dan keamanan negara serta bertindak sebagai agen hegemoni pemerintah (Sulastry Yurni & Nidzam Sulaiman, 2008). Dengan itu, pelbagai akta telah dibentuk antaranya, ISA (1960), Akta Hasutan (1948), Akta Polis (1967), Akta Pertubuhan (1972), Akta Kolej dan Kolej Universiti (AUKU) (1970) dan Akta Rahsia Rasmi OSA (1972).

Maka secara umumnya, teori hegemoni yang akan diaplikasikan dalam kajian ini boleh dirumuskan kepada pengawalan media massa semasa kempen pilihan raya, media sebagai wadah utama dalam menyampaikan manifesto kerajaan, pengaruh akhbar arus perdana dalam tingkah laku pengundi dan juga melihat keupayaan kerajaan samada mengeksploitasikan sepenuhnya media cetak ini ataupun tidak semasa tempoh berkempen.



## **1.10 PEMBAHAGIAN BAB**

### **BAB 1 PENGENALAN**

Bab ini mengandungi pengenalan yang menerangkan tentang pernyataan masalah kajian bagi perkara yang dikaji. Bab ini menyediakan maklumat asas yang berkaitan dengan persoalan kajian, objektif kajian, kepentingan kajian, skop kajian serta kerangka teoritikal yang bersesuaian dengan kajian. Bab ini juga menyediakan gambaran terhadap keseluruhan bab dalam kajian ini.

### **BAB 2 ULASAN KARYA**

Bab ini membincangkan tentang kajian-kajian lepas yang telah dijalankan oleh pengkaji-pengkaji yang mempunyai perkaitan rapat antara media dengan proses pilihanraya. Kajian-kajian lepas dibahagikan kepada beberapa tema, iaitu pertama penyertaan politik masyarakat dalam pilihanraya. Tema kedua pula mengenai pilihanraya dan media. Manakala tema yang akhir ialah akhbar dan pilihanraya.

### **BAB 3 METODOLOGI PENYELIDIKAN**

Bab ini memberikan tumpuan kepada kaedah-kaedah yang digunakan untuk menganalisa data-data penyelidikan ini. Ia merangkumi persampelan dan definisi konsep. Secara keseluruhannya, bab ini meliputi segala aspek-aspek yang berkaitan tentang bagaimana kajian ini dijalankan.

#### **BAB 4 ANALISIS KAJIAN**

Bab ini membincangkan tentang analisis dan penemuan kajian berpandukan kepada maklumat serta data-data yang diperolehi daripada sumber skunder. Dalam bab ini, segala maklumat yang diperolehi melalui kaedah analisis kandungan kuantitatif dengan penafsiran secara kualitatif terhadap liputan-liputan akhbar yang berkaitan dengan PRU-13 dibincangkan untuk memudahkan hasil kajian dianalisis. Segala maklumat yang diperolehi dianalisis dan dipecahkan kepada beberapa bahagian untuk memudahkan kajian.

#### **BAB 5 KESIMPULAN DAN CADANGAN**

Bab ini merupakan bab terakhir memuatkan tentang ringkasan kesimpulan dari keseluruhan penyelidikan. Cadangan diberikan berdasarkan kepada hasil penemuan dalam penyelidikan yang telah dijalankan dan cadangan untuk kajian masa hadapan juga merupakan sebahagian daripada kandungan bab ini. Limitasi kajian juga akan dibincangkan.

## **BAB DUA**

### **ULASAN KARYA**

#### **2.1 PENDAHULUAN**

Bab ini membincangkan tentang kajian-kajian lepas yang telah dijalankan oleh pengkaji-pengkaji yang mempunyai perkaitan antara media dengan pilihanraya. Dengan berpandukan kajian-kajian lepas ini juga, penyelidik akan membicarakan tentang rasional penyelidikan ini dijalankan berdasarkan ulasan karya yang akan dikemukakan bagi memenuhi keperluan politik semasa.

#### **2.2 KAJIAN-KAJIAN LEPAS**

Kajian-kajian lepas dibahagikan kepada beberapa tema, iaitu :

##### **2.2.1 PENYERTAAN POLITIK MASYARAKAT DALAM PILIHANRAYA**

Terdapat beberapa kajian yang mengkaji mengenai penyertaan masyarakat dalam politik. Jamaluddin, Muhammed Fauzi, Muhammad Fuad dan Zaheruddin (2003) mengkaji mengenai penyertaan politik masyarakat dalam pilihanraya di Johor. Mereka meninjau mengenai tahap pemahaman masyarakat tentang sistem politik khususnya di Malaysia yang memperlihatkan perubahan ke arah kematangan. Kematangan ini dijemakan dalam pelbagai bentuk penyertaan yang akhirnya memberi kesan kepada pola dan corak pengundian. Kajian ini dijalankan dengan menggunakan kaedah pengedaran borang soal selidik dan temubual. Hasil kajian mendapati bahawa terdapat beberapa faktor yang mendorong penyertaan masyarakat dalam politik pilihanraya. Faktor tersebut adalah tarikan kempen, calon, agama dan parti. Kajian juga merumuskan bahawa walaupun terdapat pelbagai isu yang telah

dimanipulasi oleh pihak pembangkang sepanjang tempoh berkempen sehinggalah ke hari pembuangan undi, rasa taat setia dan kepercayaan penuh pihak pengundi kepada kerajaan yang memerintah masih tidak berganjak. Walaupun responden berasa simpati dan marah kepada parti pemerintah dalam isu pemecatan Datuk Seri Anwar Ibrahim dan isu kronisme, namun rasa kekecewaan ini tidak dimanifestasikan di dalam peti undi.

Mohd Yusof dan Azlan (2002) dalam kajian pilihanraya 1999 mendapati bahawa faktor perkauman masih relevan dalam pilihanraya di Malaysia. Namun demikian, pilihanraya tersebut menggambarkan kemungkinan faktor tersebut berkurangan pada masa hadapan dan menjadi salah satu elemen yang penting dalam perkembangan politik baru di Malaysia. Faktor kewilayahan juga mempengaruhi pola pengundian umpamanya wilayah utara, wilayah tengah dan wilayah selatan dipelopori oleh UMNO manakala wilayah timur oleh PAS. Isu-isu yang hangat dibincangkan juga bergantung kepada wilayah, antaranya di Kuala Lumpur, Sabah dan Sarawak pada pilihanraya 1999. Antara isu-isu yang dibincangkan ialah kegawatan ekonomi, kes Datuk Seri Anwar Ibrahim, agama dan sebagainya.

Faktor perkauman juga jelas di dalam mempengaruhi pengundi (Mohd Yusof dan Azlan, 2002). Faktor tarikan kempen, calon, agama dan parti. juga dibuktikan relevan di dalam mempengaruhi pengundi sepertimana yang dijalankan oleh Jamaluddin, Muhammed Fauzi, Muhammad Fuad dan Zaheruddin (2003).

Menurut kajian yang dijalankan oleh Ilias, Ismail dan Norsham (2008) mendapati faktor ingin tahu yang tinggi mengenai isu dan calon yang bertanding di

dalam pilihanraya menyebabkan mereka menyertai aktiviti-aktiviti politik, contohnya, mendengar ceramah. Ceramah yang disampaikan oleh penceramah terkenal dan popular mendapat sambutan pengundi dan juga dilihat menjadi faktor mereka menghadiri ceramah ketika pilihanraya. Responden juga mengakui bahawa mereka mendapat maklumat tambahan mengenai pemilihan calon yang bertanding melalui kempen yang dijalankan. Kajian mendapati pola pengundian banyak berdasarkan ketokohan atau personaliti calon, dan berdasarkan parti yang dianggotai.

### **2.2.2 PILIHANRAYA DAN MEDIA**

Terdapat juga beberapa kajian yang berkaitan dengan penggunaan media di dalam pilihanraya. Illias, Ismail dan Norsham (2008) telah mengkaji mengenai media dan pilihanraya di Parlimen Permatang Pauh, Pulau Pinang. Kajian kes yang dijalankan di Permatang Pauh semasa PRU-12, mendapati enam sumber utama yang dianggap berkesan ialah ceramah, poster gambar calon, manifesto parti, televisyen dan radio. Manakala enam sumber yang kurang berkesan dalam penyampaian mesej pilihanraya adalah kidmat pesanan ringkas (SMS/MMS), surat layang, persembahan/nyanyian/karaoke, mel elektronik, video/VCD/DVD dan acara keagamaan di rumah ibadat. Majoriti responden menghadiri ceramah pilihanraya antara dua hingga empat kali sepanjang kempen pilihanraya berlangsung. Walau bagaimanapun, peratusan mereka yang tidak pernah menghadiri ceramah agak kecil ini. Hal ini menunjukkan bahawa media ceramah masih mendapat tempat di hati para pengundi.

Abu Hassan (2008) telah membuat satu kajian berkaitan dengan PRU-12 yang meneliti pengaruh kepercayaan pengundi terhadap media dan kesannya kepada

bentuk dan corak pengundian di Malaysia. Kajian tertumpu kepada 1,500 responden yang berumur 21 sehingga 24 tahun yang dipilih dari setiap negeri di seluruh Malaysia. Kajian ini dibuat bertujuan bagi melihat pola pengundian orang muda dalam memilih parti yang bertanding dan juga kepercayaan mereka kepada media. Hasil kajian mendapati dari segi kepercayaan terhadap media, kebanyakan pengundi muda lebih mempercayai media baru berbanding akhbar dan televisyen. Hanya di Sabah sahaja pengundi muda mempercayai akhbar. Kajian juga mendapati bahawa daripada lima media yang terpilih ini, kebanyakan responden lebih mempercayai *Youtube* berbanding dengan RTM, TV3, NTV7 dan AWANI. Namun, responden di Perlis lebih mempercayai TV3, iaitu sama dengan pengundi muda di Negeri Sembilan, Melaka, Pahang, Sabah dan Sarawak. Berbeza pula pendapat pengundi di Johor yang lebih mempercayai AWANI. Manakala pengundi di Kelantan dan Terengganu pula lebih mempercayai RTM. Dari segi kepercayaan berbanding media, kajian mendapati responden lebih mempercayai blog berbanding yang lain. Manakala skala kepercayaan terhadap akhbar, kajian mendapati pengundi muda lebih mempercayai akhbar blog politik, *Sinar Harian* dan *Harakah*. Hasil kajian juga mendapati bahawa isu-isu utama yang diutarakan oleh golongan muda ini lebih menjurus kepada isu mengenai pembiayaan pendidikan. Secara kesimpulannya, dapat disimpulkan bahawa kajian yang dijalankan ini menunjukkan responden lebih mempercayai media Barisan Alternatif berbanding dengan media Barisan Nasional.

Kajian mengenai peranan dan pengaruh media baru, iaitu internet dan bidang kewartawanan *blogger* terhadap pengundi semasa pilihanraya umum oleh Baharuddin, Rahmat dan Abd Rashid (2009) menunjukkan bahawa meskipun 80 peratus responden tahu mengenai blog, media ini lebih digemari dan diterima oleh

golongan kelas pertengahan dan bawahan. Selain itu, beliau mendapati tiada data kukuh yang dapat menjuruskan bahawa kekerapan melayari blog menentukan kecenderungan mengundi pembangkang. Selepas dibuat silang perbandingan, tiada bukti statistik yang kukuh dapat menyokong bahawa kandungan internet mempengaruhi pengundi untuk mengundi pembangkang. Ramai responden yang hanya memilih televisyen dan akhbar arus perdana sebagai sumber maklumat turut memilih pembangkang, begitu juga pembaca blog yang mengundi parti memerintah.

Terdapat juga kajian yang mendapati *banner*, poster, bendera dan risalah memainkan peranan dan pengaruh yang berkesan terhadap pengundi dalam memilih pembangkang. Kajian yang dilakukan terhadap 1,100 pengundi dari empat zon, iaitu zon utara (28 peratus), zon selatan (22 peratus), zon pantai timur (19 peratus) dan zon tengah (31 peratus) ini menggunakan kaedah persampelan kelompok berlapis (Baharuddin, Rahmat dan Abd Rashid, 2009).

Internet dan blog juga muncul sebagai jendela kepada kelainan, iaitu wadah kepada kandungan yang berbeza daripada apa yang disajikan oleh media arus perdana. Pembaca memilih blog kerana mereka inginkan kelainan di samping mengukuhkan persepsi mereka. Sebanyak 38 peratus responden berpuas hati membaca blog kerana isu yang dikupas dengan cara yang berbeza daripada cara kupasan oleh media arus perdana. Apabila menteri dan ahli politik turut sama dalam fenomena ini, bermakna mereka mengakui terpengaruh dengan blog dan kewartawanan secara atas talian (*online*). Kerja lapangan kajian dijalankan pada hari mengundi dengan taburan responden sebanyak 57 peratus lelaki dan 43 peratus

wanita. Sebanyak 66 peratus responden berusia di bawah 40 tahun (Baharuddin, Rahmat dan Abd Rashid, 2009).

Kajian ini juga mendapati blog adalah berpusat kepada kawasan bandar dan mempengaruhi kelompok muda yang berusia di bawah 35 tahun dengan hampir separuh daripada responden, iaitu 41.3 peratus melayari blog di pejabat dan 31.7 peratus melayarinya di rumah. Sejumlah 44 peratus responden mengatakan mereka melayari laman blog sebanyak dua atau tiga kali sehari, sementara 33 peratus responden langsung tidak pernah melayari laman blog. Apabila ditanya samada isu yang diketengahkan blog mempengaruhi pemilihan calon, 55.2 peratus responden menjawab ya dan 41.8 peratus menjawab tidak. Antara isu dalam laman blog yang menjadi pilihan responden ialah kenaikan harga petrol dan barangan keperluan, video klip V. K. Lingam, badan kehakiman, perhimpunan bersih dan rasuah. Antara laman blog dan laman sesawang yang menjadi pilihan responden ialah *Malaysiakini.com*, *Suara Keadilan*, *Suruhanjaya Pilihan Raya*, *Harakah Online*, *Berita Harian Online*, *Youtube*, *Utusan Malaysia Online*, *MalaysiaToday*, *The Star Online* dan agensi berita. Hasil kajian juga mendapati televisyen mudah alih (*Mobile TV*) dan rangkaian telefon bimbit akan turut memainkan peranan besar (Baharuddin, Rahmat dan Abd Rashid, 2009).

Suhaimee (2008) dalam kajian beliau berkaitan dengan isu-isu utama sebelum, semasa dan selepas PRU-12 melalui satu analisis kandungan blog-blog politik Malaysia terpilih, menunjukkan faktor utama yang dapat mengubah pemikiran rakyat ialah peranan *blogger* dalam ruang siber yang menjadi medan meluahkan rasa dan pendapat mereka yang kurang mendapat perhatian dalam media



massa arus perdana. Kajian ini telah menganalisis 193 blog politik Malaysia yang dibahagikan kepada tiga kategori, iaitu penyokong kerajaan, penyokong pembangkang dan neutral. Kajian mendapati 114 blog tidak menyokong kerajaan berbanding 28 yang menyokong kerajaan, faktor kelemahan kepimpinan Dato' Seri Abdullah Ahmad Badawi (kini Tun) dan dominasi blog politik dari golongan muda lelaki Melayu yang menggunakan nama samaran. Dapatlah dirumuskan bahawa kemampuan ruang siber jelas mempengaruhi minda masyarakat untuk meluahkan pandangan mereka.

Kajian Abdul Rahman (2009) tentang pembinaan agenda media dalam laman sesawang *Malaysiakini* dan *AgendaDaily* memberi fokus kepada tempoh PRU-11. Pembinaan agenda media pendekatan *priming* daripada teori penentuan agenda dijadikan perspektif teoritikal kajian ini. Sebanyak 184 liputan berita politik daripada laman sesawang *Malaysiakini* dan *AgendaDaily* telah dikaji secara analisis kandungan dengan pendekatan kualitatif dan juga kuantitatif. Hasil dapatan kajiannya menunjukkan terdapat lima tema utama isu yang kerap ditonjolkan dalam paparan kedua-dua laman sesawang tersebut. Tema utama isu ialah kemelut dalaman, propaganda, kewibawaan calon, kewibawaan Suruhanjaya Pilihan Raya dan salah laku. Kelima-lima tema utama tersebut dikategorikan kepada isu politik dan perjalanan pilihanraya. Dapatan kajian aliran pola penonjolan isu menunjukkan wujud pembinaan agenda media *priming* oleh kedua-dua laman sesawang semasa membuat liputan berita politik dalam tempoh kempen PRU-12 dan dapatan kajian mengukuhkan teori penentuan agenda. Kajian ini juga mendapati atribut pemberitaan yang dipaparkan oleh *Malaysiakini* dan *AgendaDaily* memihak kepada parti politik yang bertanding. Hasil daripada dapatan kajian secara rumusannya mendapati

bahawa kedua-dua laman sesawang tersebut telah bercanggah dengan kenyataan misi utama mereka dalam membuat liputan berita yang bersifat bebas dan adil.

### **2.2.3 AKHBAR DAN PILIHANRAYA**

Terdapat banyak kajian yang dijalankan berkaitan dengan akhbar dan pilihanraya. Abdul Latiff (1988) memberi tumpuan kepada peranan media dalam pilihanraya Persekutuan 1959 dan 1964 dengan menjadikan akhbar Utusan Malaysia sebagai bahan kajian. Hasil kajian itu mendapati Utusan Malaysia digunakan oleh pemerintah untuk berkempen dalam pilihanraya ketika itu dan akhbar tersebut mempunyai format yang sama apabila membuat liputan pilihanraya Persekutuan.

Kajian yang dijalankan oleh Ahmad Zahid (2008) adalah bagi mengenal pasti manifesto Barisan Nasional sebagai agenda akhbar berbahasa Melayu semasa tempoh kempen pilihanraya umum dari tahun 1982, 1986, 1990, 1995 dan 1999 yang menggunakan pendekatan analisis kandungan. Sampel penyelidikan yang dipilih adalah sebanyak 50 naskah akhbar yang meliputi akhbar Utusan Malaysia dan akhbar Berita Harian.

Kajian Syed Arabi dan Chang (1991) yang berkaitan dengan penggunaan kartun dalam pilihan raya bermatlamatkan kajian awal dalam pembangunan politik di Malaysia. Kajian ini dibuat bagi melihat bentuk kartun yang kerap digunakan dalam pilihan raya di Malaysia. Kajian ini menumpukan perhatian kepada akhbar sebagai media yang menyediakan ruang untuk penyediaan kartun. Kaedah analisis kandungan telah digunakan sebagai satu metodologi bagi mendapatkan hasil kajian ini. Sebanyak enam akhbar dianalisis, iaitu dua akhbar berbahasa Melayu, dua

berbahasa Inggeris dan masing-masing satu akhbar berbahasa Cina dan Tamil. Hasil kajian menunjukkan bahawa kartun banyak disiarkan dalam akhbar berbahasa Cina berbanding akhbar-akhbar lain. Ternyata terdapat pelbagai jenis kartun yang dipaparkan dalam akhbar-akhbar terpilih itu. Perbezaan ini wujud kerana setiap akhbar mempunyai pembaca yang berbeza nilai dan kepercayaannya dan kerana itu bentuk kartun dan utusan yang ingin disampaikan itu harus memberikan makna kepada pembaca.

Syed Arabi (1994 & 1999) dan Syed Arabi dan Mazni (1995) telah membuat kajian berkaitan dengan penganalisan liputan akhbar dalam tiga siri pilihanraya umum, iaitu pada tahun 1990, 1995 dan 1999. Sejak lebih satu dekad, beliau telah mencatatkan suatu arah aliran sebahagian besar liputan yang memberi fokus kepada Barisan Nasional yang pastinya positif. Sepanjang tempoh kempen pada pilihan raya umum 1990, akhbar berbahasa Melayu telah menerbitkan sebanyak 494 berita tentang Barisan Nasional, 404 berita mengenai pembangkang dan 276 berita lain berkaitan dengan pilihanraya. Dalam kempen pilihanraya ketika itu, akhbar berbahasa Melayu menyiarkan 426 berita mengenai Barisan Nasional, 411 berita tentang Barisan Alternatif pembangkang dan 285 lagi berita berkaitan dengan pilihanraya. Mengenai akhbar bukan berbahasa Melayu pula, kajian menunjukkan bahawa liputan mengenai berita tentang pembangkang oleh akhbar berbahasa Cina dan Inggeris telah menunjukkan sedikit peningkatan positif berbanding 10 tahun lalu. Hasil dapatan kajian tersebut mendapati bahawa sebanyak 11 tema utama yang kerap digunakan dalam manifesto Barisan Nasional, iaitu politik, dasar luar, pembangunan ekonomi, sosial, pendidikan, keselamatan, agama, kebajikan pekerja, pertanian dan kualiti hidup. Tema-tema tersebut merupakan tema utama dalam

halaman akhbar berbahasa Melayu ketika pilihanraya untuk tahun kajian ini dijalankan. Hasil analisis ini juga menunjukkan sebanyak 4,461 berita yang dimuatkan mewakili manifesto Barisan Nasional menerusi 11 tema berita utama yang didahului oleh politik, sementara kualiti kehidupan berada pada senarai terakhir.

Kajian Mohd Asri (2002) menganalisis kandungan berita dan lidah pengarang yang berkaitan dengan isu-isu perkauman dalam akhbar etnik berbahasa Melayu sejurus sebelum dan selepas PRU-10 yang dijalankan pada 29 November 1999. Kajian ini bertolak daripada fahaman bahawa setiap berita bukannya lahir dalam kekosongan nilai tetapi mempunyai pemikiran dan ideologi kumpulan-kumpulan tertentu dalam masyarakat. Ia mendapati akhbar Utusan Malaysia (termasuk Mingguan Malaysia) dan akhbar Berita Harian (termasuk Berita Minggu) lebih mengutamakan golongan elit pemerintah khususnya golongan elit Melayu dalam setiap berita bersifat perkauman yang telah diterbitkan dalam akhbar masing-masing. Sebanyak 99 peratus berita bersifat perkauman dalam akhbar-akhbar berkenaan telahpun menjadikan golongan elit pemerintah sebagai sumber utama berita. Golongan elit pemerintah juga yang telah menjadi penakrif utama (*primary definers*) kepada berita-berita tentang isu perkauman yang terdapat dalam akhbar-akhbar etnik tersebut untuk disalurkan kepada masyarakat atau khalayaknya. Hasil analisis lidah pengarang mendapati kedua-dua akhbar yang dikaji lebih menyokong pihak pemerintah dalam tindakan dan pemikiran mereka berkaitan isu-isu perkauman.

Kajian yang dijalankan oleh Syed Arabi Idid dan Safar Hasim (1993) ke atas pilihanraya pada tahun 1986 juga menunjukkan hasil yang sama. Akhbar-akhbar tempatan yang dilihat memberi liputan yang lebih positif dan menyokong parti-parti pemerintah manakala parti pembangkang adalah sebaliknya, iaitu mendapat liputan yang lebih negatif. Hasil kajian tersebut yang dijalankan ke atas akhbar Berita Harian menunjukkan hampir 62.2 peratus daripada berita yang disiarkan memaparkan berita positif terhadap parti pemerintah. Sebanyak 76.1 peratus berita adalah bersumberkan parti Barisan Nasional. Manakala akhbar berbahasa Cina lebih bersifat kritikal dan seimbang dalam melaporkan sesuatu isu penting. Keseimbangan ini boleh mengelak daripada berlakunya bias.

Wong Kok Keong (2006), dalam kajiannya menunjukkan berlaku ketidakseimbangan dalam membuat liputan berita mengenai pilihanraya umum yang diadakan pada tahun 1999. Kajian menunjukkan bahawa parti pemerintah masih lagi mendominasi media akhbar walaupun telah memasuki era-90an. Sampel yang digunakan adalah akhbar-akhbar aliran utama seperti *News Straits Times*, *The Sun* dan *The Star* yang bermula pada tarikh 12 sehingga 29 November 1999. Dua jenis kod yang digunapakai adalah '*National Front*' (NF), iaitu berita yang menyokong kepada parti pemerintah dan keduanya adalah '*Alternatif Front*' (AF), iaitu berita yang menyokong kepada parti pembangkang. Kedua-dua kod ini digunakan bertujuan untuk melihat ketidakseimbangan dalam liputan berita. Hasil kajian beliau telah membuktikan akhbar masih tidak lagi bebas dalam membuat liputan berita dalam pilihanraya. Iklan-iklan yang dipaparkan dalam akhbar dengan tema-tema, dipaparkan bagi menjatuhkan imej pembangkang dan juga untuk menunjukkan ahli-ahli pembangkang adalah kumpulan yang suka menggunakan keganasan. Isu-isu

yang dapat menaikkan imej parti pemerintah serta janji-janji yang diutarakan akan dilaporkan secara besar-besaran seperti membina sekolah baru dan menambah kemudahan dan sebagainya. Pelaporan berita-berita yang baik-baik ini mempunyai tujuan yang bukan hanya untuk memudahkan rakyat malah untuk mendapat sokongan rakyat.

Ismail, Ngu dan Saraswathy (2008) telah menjalankan kajian berkaitan dengan PRU-11 dengan menggunakan kaedah analisis kandungan terhadap beberapa akhbar terpilih, iaitu Utusan Malaysia, Berita Harian, Harakah dan Suara Keadilan. Tujuan kajian ini dijalankan adalah untuk melihat kekerapan pemaparan isu yang berkaitan dengan pilihanraya dalam akhbar utama di Malaysia. Objektif kajian ini adalah untuk mengkaji isu-isu utama yang sering dipaparkan dalam akhbar berkaitan dengan pilihanraya dan mengkaji tema-tema utama dan cara isu-isu tentang pilihanraya dipaparkan dalam akhbar terpilih. Kajian ini juga berhasrat untuk mengkaji personaliti yang sering dipaparkan dalam akhbar berkaitan dengan pilihanraya dan juga untuk melihat kecenderungan isu, samada bersifat positif, negatif, seimbang atau neutral. Kajian analisis kandungan ini telah mendedahkan cara sesuatu isu berkaitan dengan pilihanraya dipaparkan dalam akhbar utama di Malaysia. Kajian tersebut mendapati berita berkaitan dengan parti Barisan Nasional dan Barisan Alternatif memperoleh liputan berita yang meluas dalam akhbar tempatan. Akhbar arus perdana dan akhbar bukan arus perdana banyak menyiarkan berita dan bahan berkenaan dengan isu-isu PRU-12. Tema utama berita yang disiarkan dalam akhbar adalah mengenai politik, iaitu pilihanraya dan pengundian diikuti dengan tema ekonomi. Namun, tema mengenai kumpulan minoriti, wanita, agama dan pertahanan kurang mendapat liputan dalam akhbar yang dikaji. Kajian

menunjukkan isu berkaitan dengan parti politik, calon dan kempen dalam kalangan parti yang bertanding memperolehi liputan yang meluas di dada-dada akhbar. Manakala isu yang berkaitan dengan parti pembangkang dan soal agama dilihat kurang mendapat liputan pihak media. Hal ini kerana kebanyakan berita dan bahan yang dipaparkan adalah untuk menyampaikan maklumat dan membidas pihak lawan masing-masing. Situasi sebegini bertepatan dengan tujuan pemberitaan media akhbar menjelang pilihanraya, iaitu untuk memperkenalkan dan “mempromosikan” calon selain membidas, mengkritik dan menyerang pihak lawan. Seterusnya, kajian ini menunjukkan bahawa kebanyakan berita cenderung kepada positif, negatif dan neutral. Manakala berita yang seimbang agak kurang diperolehi.

Kajian oleh Stenley (2009) mengenai surat khabar dan politik dalam pilihanraya di Sarawak pula, melihat perbandingan dua naskah surat khabar berbahasa Inggeris di Sarawak, iaitu *The Borneo Post* dan *Eastern Times* sepanjang pilihanraya negeri Sarawak yang kesembilan pada 10 hingga 20 Mei 2006. Kaedah analisis kandungan digunakan sebagai metod kajian untuk mengkaji kedua-dua akhbar yang dipilih sebagai bahan sampel kajian. Dapatan kajian menunjukkan artikel yang dikeluarkan oleh kedua-dua akhbar lebih banyak memaparkan isu-isu yang berkaitan BN berbanding isu-isu berkaitan pembangkang. Dari segi komponen parti dalam BN, kedua-dua akhbar banyak memaparkan artikel mengenai Parti Pesaka Bumiputra Bersatu (PBB) dan Parti Bersatu Rakyat Sarawak (*SUPP Sarawak United Peoples' Party*). Hasil daripada kajian tersebut menunjukkan kedua-dua akhbar itu bersifat berat sebelah kerana hanya memaparkan isu-isu berkaitan dengan BN sahaja.

Neilson (2009) telah menganalisis pola pengundian pilihanraya negeri Sarawak pada tahun 2006. Kajian ini melihat kepada pelaporan mengenai artikel dan foto kempen pilihanraya yang meneliti liputan pilihanraya 2006 di Sarawak oleh dua buah akhbar harian berbahasa Inggeris, iaitu Borneo Post dan Eastern Times. Hasil kajian menunjukkan kedua-dua akhbar tersebut memberikan sejumlah ruang yang tidak seimbang kepada parti PBB dan SUPP serta pemimpin-pemimpin masing-masing. BN, PBB dan SUPP mendapat sedikit sahaja perhatian sementara parti pembangkang tidak menerima sebarang liputan dalam kedua-dua akhbar tersebut. Maka bukanlah sesuatu yang memeranjatkan apabila BN telah menerima kemenangan besar kerana akhbar juga mempengaruhi pengundi dalam memilih calon untuk diundi.

### **2.3 KESIMPULAN**

Secara umumnya, terdapat pelbagai kajian berkenaan dengan penyertaan masyarakat dalam pilihanraya, samada pengundi dan sumber-sumber media yang digunakan di dalam kempen pilihanraya. Walau bagaimanapun, banyak kajian tertumpu kepada media dan pilihanraya, kajian-kajian tersebut banyak menumpukan kepada kandungan berita di dalam akhbar, iaitu isu dan arah berita serta penggunaan karikatur dalam akhbar dan ianya menumpukan kepada pilihanraya umum yang lepas. Maka penyelidik akan menumpukan pada pilihanraya umum yang terkini, iaitu pada tahun 2013 dan melihat dari sudut arah berita yang dilaporkan oleh BH, UM dan SH sebagai akhbar Melayu utama. Kajian ini juga akan meneliti tema-tema yang dibangkitkan oleh ketiga-tiga akhbar ini semasa PRU-13.



## **BAB TIGA**

### **METODOLOGI PENYELIDIKAN**

#### **3.1 PENDAHULUAN**

Dalam bab metodologi penyelidikan ini, penyelidik akan menjelaskan tentang kaedah atau pendekatan yang digunakan dalam menjalankan kajian ini seperti kaedah yang digunakan untuk memperolehi data kajian, persampelan dan pengkategorian yang dipilih di dalam kajian ini.

#### **3.2 KAEDAH ANALISIS KANDUNGAN**

Analisis kandungan merupakan pendekatan yang diperkenalkan oleh Berelson (1952). Menurut Berelson, analisis kandungan adalah satu teknik dalam mengkaji komunikasi lahiriah yang dilakukan secara objektif, sistematik dan kuantitatif. Terdapat tiga kriteria yang wujud dalam menggunakan pendekatan analisis kandungan. Kriteria pertama ialah objektif, iaitu menerangkan makna penyusunan kategori yang tepat dan jelas supaya penyelidik-penyelidik yang menjalankan kajian dengan kategori yang sama akan meraih hasil yang sama. Hal ini dapat mengelakkan berlakunya subjektiviti antara penyelidik dengan hasil kajian. Kriteria kedua adalah sistematik, iaitu penggunaan suatu kaedah yang tepat dan mudah dalam mendapat data yang berkaitan dengan persoalan kajian. Kriteria ketiga, kuantitatif, iaitu item kandungan yang dikaji diberikan nombor khas yang berbeza dengan item yang lain bagi memudahkan proses pengekodan. Matlamat analisis kandungan adalah ketetapan makna sesebuah mesej.

Pendekatan kuantitatif amat penting dalam memenuhi dan menjawab objektif kajian. Data kuantitatif ini dapat membantu penyelidik semasa membuat analisis dan interpretasi dapatan kajian. (Wimmer & Dominick, 2003, 2000 & 1997); Neuendorf, 2001; Berelson, 1952). Hal ini kerana kajian kuantitatif merupakan satu kajian secara umumnya menggunakan analisis statistik, lebih bersifat objektif dan berorientasikan hasil. Kuantiti ditakrifkan sebagai bilangan, iaitu bilangan yang diskrit, yang dinyatakan dengan tepat. Berdasarkan kepada istilah kuantiti, kajian kuantitatif dikaitkan dengan data numerika dan ketepatan. Ia adalah berdasarkan kaedah penyelidikan inkuiri positif dimana penyelidikan dilakukan melalui kajian eksperimental dan data numerika yang dipungut dan dianalisis dengan ujian statistik.

Menurut Babbie (1998), analisis kandungan adalah satu kaedah yang amat relevan dalam bidang komunikasi. Hal ini kerana ia mengandungi beberapa persoalan komunikasi seperti "*siapa berkata apa, kepada siapa, kenapa dan bagaimana dan kesannya*". Analisis kandungan merupakan satu kaedah kajian yang mendapat perhatian dalam kalangan ahli akademik sains sosial termasuklah para pelajar (Syed Arabi, 2002).

Kajian analisis kandungan merupakan satu subset analisis isi media yang menjadi asas dalam kajian komunikasi massa (Neuendorf, 2002). Berbeza pula dengan pandangan dari Berge (2000), beliau mengemukakan pendapat bahawa kajian yang menggunakan kaedah analisis kandungan ini amat efektif dalam mendapatkan maklumat serta gambaran sebenar mengenai tingkah laku sikap dan pandangan masyarakat. Menurut Berge lagi, pendekatan ini relevan dalam membuat

perbandingan mesej antara media cetak yang berlainan seperti perbandingan akhbar dengan akhbar lain.

Dalam kajian ini, pengkaji menggunakan kaedah kuantitatif ini bagi mengenal pasti arah berita yang disiarkan oleh akhbar berbahasa Melayu semasa PRU-13. Ia dapat mengenal pasti sejauhmana Berita Harian dan Utusan Malaysia dan Sinar Harian menjadi sebuah akhbar yang berat sebelah ataupun neutral. Selain itu, ia boleh mengenal pasti tema-tema yang sering dibangkitkan oleh Berita Harian, Utusan Malaysia dan Sinar Harian semasa kempen PRU-13. Kaedah ini juga mampu menghasilkan data statistik yang berkaitan dengan PRU-13.

Analisis kandungan terhadap liputan akhbar dalam pilihanraya di Malaysia pernah dilakukan oleh beberapa orang pengkaji, antaranya adalah Parker (1983) yang menggunakan analisis kandungan terhadap akhbar terpilih bagi PRU-4 (1974). Pendekatan sama turut digunakan oleh Syed Arabi dan Mohd Safar (1993) menjalankan kajian terhadap PRU-7 (1986). Selain itu, Syed Arabi (1994 & 1999) dalam PRU-8 dan PRU-10 (1990 dan 1999). Di samping itu, Syed Arabi dan Mazni (1995) dalam PRU-9 (1995). Abu Hasan juga tidak terkecuali dalam menggunakan analisis kandungan dalam menjalankan kajian mengenai PRU-12 (2008). Begitu juga dengan Ilias, Ismail dan Norsham (2008) dan Ismail, Ngu dan Saraswathy (2008).

### **3.3 PERSAMPELAN**

Persampelan yang tepat akan memberikan gambaran yang jelas bagi sesuatu kajian analisis kandungan melibatkan jumlah yang banyak dan meluas. Menurut Krippendorff (2004), Wilmer dan Dominick (2003) serta Berelson (1971)

mengatakan bahawa sekiranya pemilihan sample yang kecil dipilih secara teliti terhadap isi kandungan ianya dapat memberikan keputusan yang tepat dan benar seperti yang bakal dihasilkan oleh sampel yang lebih besar.

Dalam kajian ini, persampelan dijalankan terhadap media massa terutamanya media cetak di Malaysia. Media cetak ini meliputi akhbar utama berbahasa Melayu, iaitu akhbar BH, UM dan SH. Ketiga-tiga akhbar ini dipilih kerana mencatat bilangan pembaca yang tinggi. Hal ini adalah kerana faktor populasi penduduk Malaysia yang didominasi oleh orang Melayu. Tambahan pula, kebanyakan orang Melayu pula tinggal di luar bandar. Faktor kekurangan dan keterbatasan dalam teknologi seperti kemudahan mengakses internet amat terhad mendorong mereka untuk bergantung sepenuhnya kepada akhbar sebagai sumber utama dalam mengetahui isu-isu yang berlaku di dalam dan luar negara (Ramasamy, 2004).

Persampelan ini juga dipilih dalam tempoh selama 14 hari kerana kajian ini hanya tertumpu kepada liputan berita yang membicarakan tentang kempen PRU-13. Skolnick dan McCoy (1984) menyatakan bahawa persampelan sistematik kandungan media perlu bagi mengenal pasti cara media melaporkan berita. Persampelan ini diambil bermula pada 20 April 2013 sehingga 5 Mei 2013 daripada tiga akhbar, iaitu BH, UM dan SH. Jumlah naskah yang dikumpul sepanjang tempoh berkempen adalah berjumlah 48 naskah secara keseluruhannya. 16 naskah daripadanya adalah BH, 16 naskah UM dan 16 naskah SH. Jadual 3.1 menunjukkan tarikh terbitan yang diambil mengikut akhbar yang dikaji sebagai sampel kajian.

No.	Nama Akhbar	Tarikh Terbitan Akhbar (April Dan Mei 2013)
1.	Berita Harian	20, 21, 22, 23, 24, 25, 26, 27, 28, 29, 30, 1, 2, 3, 4, 5
2.	Utusan Malaysia	20, 21, 22, 23, 24, 25, 26, 27, 28, 29, 30, 1, 2, 3, 4, 5
3.	Sinar Harian	20, 21, 22, 23, 24, 25, 26, 27, 28, 29, 30, 1, 2, 3, 4, 5

*Jadual 3.1 : Sample Kajian*

Daripada tiga jenis akhbar yang berjumlah 48 naskah ini, sebanyak 2482 bahan artikel berita merangkumi ketiga-tiga akhbar tersebut dikumpul dan dikaji.

### **3.5 PENGKATEGORIAN ANALISIS**

Kajian dengan menggunakan analisis kandungan mementingkan pembentukan kategori yang berpandu kepada permasalahan, tujuan dan bidang kajian. Bahan kajian dibahagikan secara kelompok mengikut tujuan penganalisan. Terdapat beberapa prinsip asas yang harus diambil perhatian dalam pembentukan kategori. Ia mestilah sesuai dengan kajian meluas atau tidak bertindih supaya bahan kajian dapat diklasifikasi dengan tepat (Bereslon, 1971). Kategori kajian ini akan berpandu kepada objektif kajian yang melihat kepada arah berita dan tema.

Pengkaji juga menggunakan kaedah kebolehppercayaan di dalam menyediakan kategori untuk pengkodan. Penyelidik telah menguji setiap pengkodan dengan cara pengkodan tersebut diuji oleh pihak lain (*interrater*). Hasil

pengekodan yang sama akan menghasilkan kebolehpercayaan (*reliability*) di dalam kajian ini (sila rujuk lampiran 2).

Pengekodan dijalankan melibatkan dua proses, iaitu mengekodan item berita di dalam kategori mikro. Kesemua item berita ini kemudiannya dirumuskan secara umum ke spesifik dan dilabelkan di bawah kategori makro. Hal ini bagi memastikan pemerhatian yang lebih teliti dan jelas.

### **3.5.1 ARAH BERITA**

Kecenderungan berita dikaji oleh penyelidik untuk melihat arah berita yang dipaparkan oleh ketiga-tiga akhbar tersebut. Kategori arah berita terbahagi kepada lima, iaitu :

#### **3.5.1.1 BERITA POSITIF**

Cara atau kaedah penyelidik dalam mengenal pasti berita yang bersifat positif ini adalah melalui perkataan. Hal ini kerana perkataan menggambarkan keadaan dan situasi yang ingin disampaikan oleh individu ataupun sesebuah parti melalui pihak media. Antara perkataan yang kerap diguna pakai ke arah berita yang berbentuk positif ini ialah ; memujuk, memuji, mengampu, membodek, menghargai, mengucapkan rasa syukur, membantu, membela, menyokong, bersatu, memahami, penuh dengan keyakinan, berfikiran jauh, berwawasan, membawa perubahan, anjakan paradigm, mempunyai strategi, masa depan cerah, tunai janji, beramah mesra, mengutamakan rakyat dan memakmurkan rakyat. Dengan mengenal pasti perkataan ini, penyelidik akan mengkategorikan berita ini dalam kelompok berita positif.

Terdapat dua jenis arah berita dalam menerangkan berita positif ini, iaitu pertama berita positif kepada Barisan Nasional. Hal ini merujuk kepada parti yang memerintah. Menurut Syed Arabi (1994) dan Ismail, Ngu dan Saraswathy (2008), ia melibatkan berita-berita yang menonjolkan kebaikan parti yang memerintah. Dalam kajian ini, arah berita positif kepada parti memerintah akan mengambil kira kecenderungan berita yang dipaparkan yang lebih menjurus kepada berita yang bersifat memberi kebaikan dan kekuatan kepada parti yang memerintah.

Antara contoh berita positif ke arah parti memerintah yang diambil untuk kajian ini ialah *Peluang Cerah Mohd Fatmi Tawan Kota Bharu (BH, p. 24)*, *BN Yakin Menang Di Parlimen Sepang (BH, p. 24)*, *Calon BN Kota Samarahan Mesra Penduduk (BH, p.19)* *BN Jamin Tunai Janji Transformasi Felda (p. 2)*, *726 Calon BN Turun Padang Temu Pengundi (BH, p. 6 & 7)*, *Michelle Yeoh Gesa Sokong Najib (p. 11)*, *300 Ikrar Bantu Jentera BN (UM, p. 37)*, *Calon BN Mahu Bawa Lebih Banyak Pembangunan (UM, p. N8)*, *Umno Tak Biar Islam Diperlekeh (BH, p. 6)* dan *BN Ikrar Terus Pertahan Dasar Pendidikan (UM, p. 4)*.

Arah berita positif yang kedua ialah berita positif kepada Pakatan Rakyat (PR). Hal ini menurut Syed Arabi (1994) dan Ismail, Ngu dan Saraswathy (2008) adalah melibatkan berita-berita yang menonjolkan kebaikan PR. Dalam kajian ini, arah berita positif kepada parti memerintah akan mengambil kira kecenderungan berita yang dipaparkan yang lebih menjurus kepada berita yang bersifat memberi kebaikan dan kekuatan kepada PR.

Antara contoh berita positif ke arah Pakatan Rakyat yang diambil untuk kajian ini ialah *DAP Terima Hadi Jadi PM: Nasha (BH, p. 23)*, *Pas Dakwa Lebih Layak Tanding DUN Sungai Acheh (BH, p. 26)*, *Nazar Basmi Politik Wang (SH, p. 28)*, *Ikrar Beri Khidmat Terbaik (SH, p.30)*, *Peluang Tambah Kerusi Cerah (SH, p.33)*, *Calon P15 Sg. Petani: PKR (BH, p.35)*, *Zairil Khir Johari: DAP (SH, p. 35)*, *Islam Dimartabatkan PR Pulau Pinang: DAP (SH, p. 37)*, *Masanya Telah Tiba Ubah Ini Kalilah (SH, p. 38)* dan *Pilihan Rakyat PRU-13 Undilah PAS (SH, p. 39)*,

### **3.5.1.2 BERITA NEGATIF**

Cara atau kaedah penyelidikan dalam mengenal pasti berita yang bersifat negatif ini adalah melalui perkataan. Hal ini kerana perkataan akan menggambarkan keadaan dan situasi yang ingin disampaikan oleh individu ataupun sesebuah parti melalui pihak media. Antara perkataan yang sering diguna pakai ke arah berita yang berbentuk negatif adalah ; mengutuk, mengkritik, mencemuh, memaki, menyampah, meluat, membidas, menggugut, mengancam, membenci, membantah, memburukkan imej, memperlekeh, menolak, tidak bersetuju, tidak mempeduli, pertelingkahan, perebutan, balas dendam, prasangka buruk, penipu, rasa tidak puas hati, kecewa, kesal, keluar parti, sabotaj dan rasuah.

Terdapat dua jenis arah berita dalam menerangkan berita negatif ini, iaitu pertama berita negatif kepada Barisan Nasional ini merujuk kepada parti yang memerintah. Menurut Syed Arabi (1994) dan Ismail, Ngu dan Saraswathy (2008), ia melibatkan berita-berita yang menonjolkan kelemahan parti yang memerintah. Dalam kajian ini, arah berita negatif kepada parti memerintah akan mengambil kira kecenderungan berita yang dipaparkan yang lebih menjurus kepada berita yang



bersifat memberi kelemahan, hentaman dan keburukan kepada parti yang memerintah.

Antara contoh berita negatif ke arah parti memerintah yang diambil untuk kajian ini ialah *Hasan Ali Tolak Jadi Calon (UM, p.12)* , *Shahrizat Kesal Tindakan Kamilia (UM, p.13)*, *Suhaimi, Hanapiah Bukan Lagi Ahli UMNO (BH, p.13)*, *Che Johan Diberi Surat Tunjuk Sebab (BH, p. 14)*, *Mat Sabu Perlekeh Dr Mahathir (BH, p. 15)*, *Nizar Didakwa Diberi Tanah 200 Hektar Kepada Penyokong (UM, p. 16)*, *20 Ahli UMNO Diberi Surat Tunjuk Sebab (UM, p.17)*, *Poster Najib Disimbah Cat (UM, p. 17)*, *Guan Eng Dakwa Najib Janji Kosong (UM, p.17)*, dan *Kain Rentang BN Diturunkan (UM, p. 21)*.

Arah berita negatif yang kedua ialah berita negatif kepada Pakatan Rakyat (PR). Berita negatif kepada Pakatan Rakyat (PR) ini menurut Syed Arabi (1994) dan Ismail, Ngu dan Saraswathy (2008) adalah melibatkan berita-berita yang menonjolkan kebaikan PR. Dalam kajian ini, arah berita negatif kepada parti memerintah akan mengambil kira kecenderungan berita yang dipaparkan yang lebih menjurus kepada berita yang bersifat memberi kelemahan, hentaman dan keburukan kepada PR.

Antara contoh berita negatif ke arah Pakatan Rakyat yang diambil untuk kajian ini ialah *Ahli DAP Bantah Calon Payung Terjun (UM, p.15)*, *PAS, PKR Mungkin Lawan Sama Sendiri (BH, p. 18)*, *Calon Bebas, Penyokong Digesa Tidak Buat Kekacauan (BH, p.19)*, *Guan Eng Digelar Penipu (UM, p. 20)*, *Tetap Tolak Hudud Walau Guna Bulan (UM, p.20)*, *Pakatan Ranap (UM, p.21)*, *Burukkan SPR*

*Demi Undi Simpati (UM, p.22), DAP Tolak Hadi Untuk Jadi PM (BH, p. 23), Surah Yassin RM300 'Beli' Pengundi (BH, pp. 24) dan Anwar Tak Peduli Nasib Penduduk Permatang Pauh (UM, p.25).*

### **3.5.1.3 BERITA NEUTRAL**

Cara atau kaedah penyelidikan dalam mengenal pasti berita yang bersifat neutral ini adalah melalui perkataan. Hal ini kerana perkataan akan menggambarkan keadaan dan situasi yang ingin disampaikan oleh individu ataupun sesebuah parti melalui pihak media. Antara perkataan yang kerap diguna pakai ke arah berita yang berbentuk neutral adalah ; tunaikan kewajipan anda, undi awal, isu keselamatan, jaminan adil, nasihat polis, amanat YDPA, kemudahan untuk OKU, hukuman dan menyalahi undang-undang. Kebiasaannya kenyataan ini yang dibuat oleh Suruhanjaya Pilihan Raya (SPR), polis dan Yang Di-Pertuan Agong (YDPA).

Menurut Syed Arabi (1994) dan Ismail, Ngu dan Saraswathy (2008), berita neutral merujuk kepada berita-berita tentang pilihan raya yang tidak melibatkan parti yang bertanding. Dalam kajian ini, arah berita neutral akan mengambil kira kecenderungan berita yang dipaparkan yang lebih menjurus kepada berita yang bersifat nasihat, mendidik dan hebahan kepada orang ramai mengenai tarikh pengundian atau sebagainya yang berkaitan dengan pilihanraya.

Antara contoh berita negatif ke arah Pakatan Rakyat yang diambil untuk kajian ini ialah *SPR Jamin Ketahanan Dakwat Pengundi Awal Laksana Tanggungjawab (BH, p.20), Buat Pilihan Terbaik Adalah Amanah (BH, p.22), Apa Pilihan Rakyat Johor? (SH, p.21), Undi Dua Kali Berdepan Hukuman : SPR (BH,*

*p.28), PRU-13 Dijamin Adil, Bebas (BH, p. 29), Tak Boleh Pindah Pengundi Sesuka Hati (UM, p.27), SPR Terima Permohonan Undi Pos 1,234 Petugas Media (UM, p.23), Jangan Politik Isu Keselamatan (BH, p.38) dan Musa Akui Beri Nasihat Isu Keselamatan (SH, p.37).*

Berdasarkan kepada pengkategorian analisis terhadap arah berita yang diterangkan di atas ini bertujuan bagi menjawab persoalan kajian pertama, iaitu arah berita yang disiarkan oleh BH, UM dan SH semasa kempen PRU-13 dalam kajian ini.

### **3.5.2 TEMA**

Tema yang terangkum dalam isu turut dikaji oleh penyelidik bertujuan bagi melihat tema-tema yang dipaparkan oleh ketiga-tiga akhbar tersebut. Tema-tema tersebut dibahagikan kepada tiga kategori yang akan diperincikan secara mendalam. Tiga tema tersebut ialah :

#### **3.5.2.1 POLITIK**

Istilah politik secara umumnya dikatakan berasal daripada perkataan *polis* dalam bahasa Yunani yang ditakrifkan sebagai negara kota. Daripada perkataan *polis* ini dihasilkan pelbagai definisi mengenai politik seperti :

- i. segala hal ehwal mengenai negara
- ii. warganegara
- iii. ahli negara atau orang yang memahami tentang negara
- iv. pemerintahan negara

(Roskin, 2004)

Secara keseluruhannya dapat dikatakan bahawa politik adalah kegiatan dalam suatu sistem politik atau negara yang bersangkutan dengan proses penentuan tujuan daripada sistem tersebut dan cara melaksanakan tujuannya. Politik juga dipanggil infrastruktur politik yang mempunyai lima unsur, iaitu :

- i. Parti politik
- ii. Kelompok kepentingan
- iii. Kelompok penekan
- iv. Alat komunikasi politik
- v. Tokoh politik

(Syed Ahmad, 1994)

Dalam konteks di Malaysia, politik merangkumi isu pilihan raya, pembentukan kerajaan, budaya politik, politik pembangunan dan politik Islam (Siti & Zarina, 2005).

Dalam konteks kajian ini, tema politik boleh dikenal pasti sebagai sebarang berkaitan dengan :

- i. Aktiviti pilihanraya
- ii. Parti-parti yang bertanding, polisi kerajaan dan konflik dalam parti
- iii. Manifesto parti
- iv. Calon-calon yang bertanding
- v. Kempen pilihanraya
- vi. Suruhanjaya Pilihan Raya (SPR)
- vii. Konflik dalaman parti

viii. Isu-isu berkaitan dengan hal ehwal politik dalaman dan pemerintahan negara

### **3.5.2.2 EKONOMI**

Ekonomi merupakan bidang sains sosial yang mengkaji tentang individu dan masyarakat dalam membuat pilihan yang cekap dalam menggunakan sumber ekonomi yang terhad, contohnya, tanah, buruh, modal dan usahawan dengan kehendak manusia yang tidak terhad (Hussin & Niswah, 2010).

Lazimnya isu ekonomi biasa dikaitkan dengan dasar pembangunan (Ahmad Zahid, 2008). Tema ekonomi merujuk kepada dasar pembangunan yang meliputi usaha membasmi kemiskinan dan jurang perbezaan kelas dalam kalangan rakyat Malaysia disamping agenda penstrukturan semula masyarakat berasaskan instrumen pengimbangan ekonomi (Zainal, 2008). Menurut Junaidi, Mohd Fuad, Abdul Halim, Yahya, Noor Aizah dan Khaidzir (2010), perbincangan mengenai ekonomi merangkumi perkara seperti pembangunan masyarakat yang merujuk kepada kemajuan sesebuah kawasan, kenaikan harga bahan api, tambang kenderaan, hartanah dan harga barangan.

Merujuk kepada konteks kajian ini, tema ekonomi adalah sebarang berita yang berkaitan pembangunan ekonomi negara, penggunaan sumber ekonomi yang lebih efektif, insentif kerajaan di dalam ekonomi dan membasmi kemiskinan penduduk.

### **3.5.2.1 SOSIAL**

Sosial merupakan aspek yang mempengaruhi banyak atau melibatkan seluruh anggota masyarakat, baik secara langsung mahupun tidak langsung dan dianggap sebagai masalah, kontroversi melibatkan nilai moral atau kedua-duanya. Ia termasuk persoalan kemiskinan, keganasan, pencemaran, ketidakadilan, penindasan hak asasi manusia, diskriminasi dan jenayah, di samping pengguguran, perkahwinan homoseksual, kawalan senjata api dan agama. Sosial berkait dengan struktur masyarakat, termasuk konflik kepentingan antara anggota komuniti dan berada di luar kawalan mana-mana orang perseorangan (Kizza, 2010; Thomas, 1986). Sosial juga melibatkan implikasi terhadap dasar yang merangkumi kesihatan, pendidikan, kebajikan, kaum dan yang berkaitan dengan masyarakat seperti jenayah dan keselamatan (Domke, Fan, Fibison, Shah, Smith & Watts, 1997).

Menurut Zaid, Ho, Ahmad Tarmizi, Ku Halim, Lee, Nazri dan Ruslan (2009), menyatakan bahawa agama secara lazimnya bermakna kepercayaan kepada Tuhan dan juga amalan serta institusi yang berkaitan dengan kepercayaan tersebut. Agama dan kepercayaan merupakan dua perkara yang sangat berkaitan. Walau bagaimanapun, agama mempunyai makna yang lebih luas, iaitu merujuk kepada satu sistem kepercayaan yang komprehensif dan kepercayaan ini adalah mengenai aspek ketuhanan. Kepercayaan yang hanya melibatkan seorang individu lazimnya tidak dianggap sebagai sebuah agama. Sebaliknya, agama haruslah melibatkan sebuah komuniti manusia. Daripada itu, agama adalah fenomena masyarakat yang boleh dikesan melalui perlakuan, contohnya sembahyang, membuat sajian, perayaan dan upacara. Fenomena kedua adalah sikap, contohnya, sikap hormat, kasih atau takut kepada kuasa luar biasa dan anggapan suci dan bersih terhadap agama. Fenomena

ketiga pula adalah pernyataan, contohnya jampi, mantera dan kalimat suci dan yang keempat adalah benda-benda material yang zahir seperti bangunan contohnya, masjid, gereja, azimat dan tangkal.

Oleh itu, tema sosial di dalam kajian ini bermaksud tajuk berita yang berkaitan dengan konflik kaum dalam parti bertanding, isu hudud antara parti, isu agama yang digembar-gemburkan oleh calon dan parti yang bertanding, penekanan terhadap pendidikan parti memerintah, kebajikan sosial yang diwar-warkan oleh kedua-dua parti, keselamatan sebelum dan selepas pilihanraya, Tajuk seperti ini akan dikategorikan di bawah tema sosial.

#### **4.3 KESIMPULAN**

Secara keseluruhannya, dengan berpandukan metodologi penyelidikan yang telah dijelaskan, penyelidik dapat mengenal pasti dan menganalisis tajuk-tajuk berita dan juga isi kandungan ketiga-tiga akhbar tersebut dengan menggunakan kaedah pengkodan. Berdasarkan tajuk-tajuk berita dan isi kandungan dalam setiap akhbar, dapat membantu penyelidik dalam menjawab persoalan kajian seperti yang telah dinyatakan pada bab 1.

## **BAB EMPAT**

### **ANALISIS KAJIAN**

#### **4.1 PENDAHULUAN**

Bab ini membincangkan tentang hasil kajian yang telah diperolehi oleh penyelidik. Analisis terhadap data-data dilakukan bertujuan bagi memberi penjelasan lebih terperinci mengenai dua persoalan kajian yang utama, iaitu arah berita yang disiarkan oleh akhbar BH, UM dan SH semasa kempen PRU-13 dan memberi penerangan secara terperinci mengenai tema-tema yang sering dibangkitkan oleh akhbar-akhbar ini semasa PRU-13. Penjelasan lanjut akan diberikan di bahagian yang seterusnya di dalam bab ini.

#### **4.2 ARAH BERITA DAN TEMA YANG KERAP DISIARKAN OLEH AKHBAR SEMASA KEMPEN PRU-13**

Secara umumnya, ketiga-tiga akhbar yang dikaji, iaitu BH, UM, SH, masing-masing giat memaparkan liputan dan berita yang berkaitan dengan isu-isu PRU-13 di sepanjang tempoh berkempen tersebut. Jadual 4.1 menunjukkan taburan purata penerbitan bagi setiap akhbar. Taburan ini menunjukkan tahap kekerapan berita mengenai isu-isu pilihanraya. Setiap akhbar yang dikaji diambil purata per terbitan, iaitu jumlah berita yang diperolehi dibahagikan dengan jumlah keluaran yang dikeluarkan oleh setiap akhbar yang dikaji bagi melihat perbezaan yang dipaparkan oleh ketiga-tiga akhbar tersebut.

Berita Harian mencatatkan akhbar yang tertinggi di dalam bilangan memaparkan isu-isu mengenai PRU-13, iaitu sebanyak 36.2 peratus (507 item



berita) diikuti oleh Utusan Malaysia yang memaparkan berita sebanyak 23.5 ataupun sebanyak 23.5 ataupun sebanyak 329 kekerapan purata keseluruhan per terbitan item berita. Manakala Sinar Harian menduduki tangga ketiga dari segi purata kekerapan item berita secara keseluruhan, iaitu sebanyak 11 peratus (154 item berita).

<b>Akhbar</b>	<b>Kekerapan</b> (f)	<b>Purata Per Terbitan Akhbar</b>
1. Berita Harian	507	36.2
2. Utusan Malaysia	329	23.5
3. Sinar Harian	154	11

*Jadual 4.1 Taburan Jumlah Berita dan Purata Per Terbitan Akhbar Mengenai Isu-Isu Pilihanraya Mengikut Akhbar*

Secara rumusannya, ketiga-tiga akhbar menyiarkan isu-isu mengenai PRU-13 sepanjang tempoh berkempen yang telah ditetapkan oleh Suruhanjaya Pilihan Raya (SPR).

#### **4.2.1 KATEGORI ARAH BERITA**

Secara keseluruhannya, terdapat lima kategori arah berita dan liputan akhbar semasa kempen pilihanraya. Di dalam kajian ini, ia meliputi :

- a. Positif kepada parti memerintah
- b. Positif kepada Pakatan Rakyat
- c. Positif kepada parti memerintah
- d. Negatif kepada Pakatan Rakyat
- e. Neutral

Secara keseluruhannya, Jadual 4.2 menunjukkan kekerapan arah berita bagi ketiga-tiga akhbar, iaitu BH, UM dan SH. Hasil kajian mendapati bahawa arah berita yang sering dilaporkan oleh akhbar adalah lebih bersifat positif kepada parti memerintah, iaitu sebanyak 990 item berita (40%). Bukan itu sahaja, ketiga-tiga arah berita ini negatif kepada Pakatan Rakyat dengan mencatatkan angka sebanyak 750 item berita (30%). Neutral turut dipaparkan dalam akhbar yang dikaji, iaitu berjumlah sebanyak 480 item berita (19%). Terdapat dua item berita yang paling rendah dicatatkan dalam ketiga-tiga akhbar ini, iaitu positif kepada Pakatan Rakyat dan negatif kepada parti memerintah yang mana masing-masing diwakili sebanyak 70 item berita (3%) dan 192 item berita (8%). Arah berita yang terendah hanya diterangkan secara umum dalam kajian ini.

<b>Arah Berita</b>	<b>Kekerapan (f)</b>	<b>Peratus (%)</b>
1. Positif Kepada Parti Memerintah	990	40
2. Positif Kepada Pakatan Rakyat	70	3
3. Negatif Kepada Parti Memerintah	192	8
4. Negatif Kepada Pakatan Rakyat	750	30
5. Neutral	480	19
<b>Jumlah</b>	<b>2482</b>	<b>100</b>

*Jadual 4.2 Jumlah Kekerapan Arah Berita Secara Keseluruhan*

#### **4.2.1.1 POSITIF KEPADA PARTI MEMERINTAH**

Tiga akhbar BH, UM dan SH telah dikategorikan mengikut kategori-kategori yang telah disediakan. Hasil kajian telah mendapati akhbar lebih menonjol dan paling

tinggi dalam arah berita bersifat positif kepada parti memerintah, iaitu sebanyak 990 item berita (40%). Hasil kajian telah menunjukkan majoriti item berita yang positif kepada parti memerintah.

Daripada 990 item berita positif kepada parti pemerintah ini, ia kemudiannya dibahagikan kepada dua tema utama, iaitu:

<b>Makro</b>	<b>Mikro</b>	<b>Kekerapan (f)</b>	<b>Peratus %</b>
Mesra Rakyat	1. Sekolah Cina, Tamil Tak Abai		
	2. Sokong Mansuh Tol Motosikal	229 (BH)	23(BH)
	3. Bantu Atasi Masalah Rakyat (p.19)	50 (UM)	5 (UM)
	4. Calon BN Kota Samarahan Mesra Penduduk	41 (SH)	4 (SH)
Personaliti Calon	1. Sifat Positif Digaris TPM Jadi Pegangan		
	2. Pilih Calon Terbaik Demi Rakyat	278 (BH)	28 (BH)
	3. 726 Calon BN Turun Padang Temu Pengundi	109 (UM)	11 (UM)
	4. Calon BN Parit Buntar Tak Gentar Debat	38 (SH)	4 (SH)
Utamakan Rakyat	1. Pesakit Lumpuh Dibantu, Rumah Dibaiki		
	2. Kerajaan Diakui Bela Nasib Rakyat	132 (BH)	14 (BH)
	3. BN Tidak Pernah Pinggir Orang Asli	92 (UM)	9 (UM)
	4. Jambatan Manek Urai Siap	21 (SH)	2 (SH)
<b>Jumlah</b>		990	100

*Jadual 4.3 Arah Berita Positif Kepada Parti Memerintah Mengikut Akhbar*

Berdasarkan kepada Jadual 4.3, hasil dapatan kajian mendapati BH, UM dan SH positif kepada parti memerintah kerana ketiga-tiga akhbar ini banyak memaparkan isu-isu berkaitan dengan mesra rakyat, personaliti calon dan utamakan rakyat semasa kempen PRU-13. Isu makro yang mencatatkan angka yang tertinggi adalah isu berkaitan dengan personaliti calon. Secara keseluruhannya isu personaliti calon mencatatkan jumlah sebanyak 425 item berita. BH mendominasi carta paparan mengenai isu personaliti calon dengan kekerapan 278 item berita (28%), diikuti

dengan UM dengan kekerapan 109 item berita (11%). SH hanya mencatatkan kekerapan sebanyak 38 item berita (4%). Secara umumnya, paparan berita dalam ketiga-tiga akhbar mengenai personaliti calon ini merangkumi dengan calon BN yang bertanding yang majoriti mempunyai sifat keyakinan, berkaliber, petah berbicara, berani bertanding, taraf pendidikan, mesra dan bijak mengatur strategi.

Isu berkaitan dengan mesra rakyat merupakan isu makro kedua tertinggi dalam menjelaskan tentang arah berita yang positif kepada parti memerintah. Isu mesra rakyat mencatatkan angka sebanyak 320 item berita secara keseluruhan yang mana BH mewakili sebanyak 229 item berita (23%) manakala UM sebanyak 50 item berita (5%) dan SH sebanyak 41 item berita (4%). Dalam ketiga-tiga akhbar, mesra rakyat yang dimaksudkan adalah meliputi aktiviti turun padang, aktiviti gotong-royong, menghulurkan bantuan, mendekati rakyat dengan lebih dekat, mengambil berat tentang masalah rakyat, mendengar keluhan rakyat yang mana dilakukan oleh calon dan parti BN. Mereka juga menitik beratkan soal pembangunan pendidikan dalam kalangan orang asli dan keluarga miskin.

Isu makro yang ketiga, iaitu isu utamakan rakyat mencatat angka yang rendah sebanyak 245 item berita secara keseluruhan. Arah berita parti memerintah bagi akhbar BH mencatatkan jumlah yang paling tinggi sebanyak 132 item berita (14%). Ini diikuti dengan UM yang berjumlah 92 item berita (9%) manakala SH sebanyak 21 item berita (2%). Isu utamakan rakyat ini meliputi kesusahan yang dialami rakyat, penderitaan rakyat yang hidup dalam kedaifan, kekurangan akan segera dibantu oleh calon atau parti BN.

Hasil dapatan kajian jelas membuktikan teori hegemoni yang diaplikasikan oleh penyelidik relevan apabila pemilikan dan kawalan oleh pemerintah dalam media cetak, terutamanya akhbar adalah bertujuan untuk kepentingan politik, iaitu sebagai agen politik dan salah satu cara untuk mengekalkan kedudukan hegemoni pemerintah. Ini terbukti apabila parti politik utama pemerintah bersedia melabur di dalam mendapatkan media cetak, sedangkan mereka boleh memperkenalkan akhbar-akhbar baru dengan kos yang lebih rendah. Justeru, dengan pengambilalihan media cetak utama ini, media ini tidak lagi menjadi sebuah media milik awam yang bersifat bebas, terbuka dan kritikal. Sebaliknya, media cetak bertindak sebagai agen parti pemerintah dalam membentuk minda mengikut acuan pemerintah (Muhamad Nadzri 2007). Maka, dapat dilihat bahawa akhbar parti pemerintah telah menggunakan akhbar bagi melaporkan berita-berita yang positif kepada parti pemerintah bagi mengekalkan sokongan.

#### **4.2.1.2 NEGATIF KEPADA PAKATAN RAKYAT**

Hasil kajian mengenai arah berita kedua paling tinggi menunjukkan berita yang negatif kepada Pakatan Rakyat, iaitu 750 item berita (30%). Hasil kajian ini menunjukkan majoriti item berita daripada akhbar Berita Harian dan Utusan Malaysia yang banyak memaparkan berita yang negatif kepada Pakatan Rakyat.

Makro	Mikro	Kekerapan (f)	Peratus %
Konflik Dalaman	1. PAS, PKR Mungkin Lawan Sama Sendiri		
	2. Pembangkang Tak Sepakat	171 (BH)	23(BH)
	3. DAP Amal Kronisme Disisih Ahli	189 (UM)	25 (UM)
	4. Jentera PKR Bagan Serai Boikot Calon Sendiri	10 (SH)	1 (SH)
Taktik Kotor	1. Taktik DAP Keliru Pengundi Melayu		
	2. Waspada Muslihat Politik Pembangkang	79 (BH)	10(BH)
	3. Surah Yassin RM300 'Beli' Pengundi	67 (UM)	9 (UM)
	4. Kempen DAP Main Sentimen Perkauman	9 (SH)	1 (SH)
Personaliti Calon	1. Guan Eng Digelar Penipu		
	2. Anwar 'Ugut' Penjara Pengurusan TV3	126 (BH)	17 (BH)
	3. Anwar Tak Peduli Nasib Penduduk Permatang Pauh	95 (UM)	13 (UM)
	4. Nurul Izzah Buta Sejarah	4 (SH)	1 (SH)
<b>Jumlah</b>		750	100

*Jadual 4.4 Arah Berita Negatif Kepada Pakatan Rakyat Mengikut Akhbar*

Berdasarkan kepada Jadual 4.4, hasil dapatan kajian mendapati BH, UM dan SH negatif kepada Pakatan Rakyat kerana ketiga-tiga akhbar ini banyak memaparkan isu-isu berkaitan dengan konflik dalaman, taktik kotor dan personaliti calon semasa kempen PRU-13. Jumlah keseluruhan bagi arah berita negatif kepada Pakatan Rakyat adalah sebanyak 750 item berita. Isu makro yang mencatatkan angka yang tertinggi berdasarkan kepada ketiga-tiga akhbar adalah konflik dalaman. Ia mencatatkan jumlah sebanyak 370 item berita secara keseluruhan. UM mendominasi carta paparan mengenai konflik dalaman dengan kekerapan 171 item berita ( 23%), diikuti dengan BH dengan kekerapan 189 item berita (25%). SH pula hanya mencatatkan kekerapan sebanyak 10 item berita (1%). Ketiga-tiga akhbar ini kerap memaparkan tentang perbalahan Pakatan Rakyat, PAS, dan parti bebas. Pertindihan kerusi paling banyak menonjol dalam ketiga-tiga berita. Isu hudud jelas menggambarkan situasi pembangkang yang bertelagah sesama sendiri menyebabkan masyarakat memandang negatif.

Isu personaliti calon merupakan isu makro kedua tertinggi dalam menjelaskan tentang arah berita yang negatif kepada Pakatan Pakatan. Isu personaliti calon secara keseluruhannya mencatatkan angka sebanyak 225 item berita yang mana BH mewakili sebanyak 126 item berita (17%) manakala UM sebanyak 95 item berita (13%) dan SH sebanyak 4 item berita (1%). Kebanyakan berita yang disiarkan dalam ketiga-tiga akhbar ini menunjukkan bahawa pemimpin, calon dan parti Pakatan Rakyat tidak menjalankan amanah dan tanggungjawab di kawasan DUN masing-masing. Mereka juga turut digambarkan sebagai penipu, cakap kosong, buta sejarah, tidak pernah turun padang dan tidak mempedulikan rakyat.

Isu makro yang ketiga, iaitu isu taktik kotor mencatat angka yang rendah sebanyak 155 item berita secara keseluruhan. Arah berita parti memerintah bagi akhbar BH mencatatkan jumlah yang paling tinggi sebanyak 79 item berita (10%). Ini diikuti dengan UM yang berjumlah 67 item berita (9%) manakala SH sebanyak 9 item berita (1%). Pelbagai tuduhan dan tomahan diperkatakan dalam ketiga-tiga akhbar mengenai tingkah laku pihak Pakatan Rakyat bagi mengambil alih tampuk pemerintahan negara atau sesebuah kawasan. Bukan itu sahaja, Pakatan Rakyat banyak memutar belitkan keadaan dan isu bagi mengelak dituduh sebagai penipu.

Penggunaan teori hegemoni dalam kajian ini jelas terbukti apabila Akta Percetakan dan Penerbitan 1984 turut dikuatkuasakan di mana setiap syarikat media cetak perlu memperbaharui permit setiap tahun untuk terus beroperasi. Pengalaman Malaysia telah memperlihatkan tindakan selektif telah diambil oleh pemerintah jika terdapat media cetak yang terbuka dan bersifat kritikal kepada pemerintah seperti

penggantungan dan penarikan permit operasi sebagaimana yang pernah dikenakan terhadap *The Star*, Eksklusif, *Detik* dan *Wasilah* (Syed Husin 2004).

#### 4.2.1.2 NEUTRAL

Selain itu juga, hasil kajian mengenai arah berita ketiga paling tinggi menunjukkan berita yang lebih bersifat neutral, iaitu sifat berita yang menunjukkan tiada kaitan dengan mana-mana parti ataupun mengkritik parti, sebaliknya berita bersifat umum seperti nasihat daripada anggota keselamatan kepada semua parti bertanding dalam menjaga keselamatan semasa pilihanraya. Dapatan kajian menunjukkan sebanyak 480 item berita (19%) yang memaparkan berita yang bersifat neutral ini.

<i>Makro</i>	<i>Mikro</i>	<i>Kekerapan (f)</i>	<i>Peratus %</i>
Kelancaran PRU	1. <i>Rakyat Penentu Proses PRU-13 Aman</i>		
	2. <i>TNB Siap Sedia</i>	45 (BH)	9 (BH)
	3. <i>SPR Jamin Ketahan Dakwat</i>	40 (UM)	8 (UM)
	4. <i>354 Anggota Rela Bertugas Pada Hari Mengundi</i>	75 (SH)	16 (SH)
Nasihat	1. <i>Umat Islam Diseru Pilih Calon Tepat</i>	89 (BH)	19 (BH)
	2. <i>Pemerintahan Islam Perlu Dipertahan</i>	74 (UM)	16(UM)
	3. <i>Jangan Bertindak Desperado</i>	69 (SH)	14 (SH)
	4. <i>Pilih Pemimpin Bijak</i>		
Pilihan Rakyat	1. <i>Mana Pilihan Rakyat? Manifesto Menyeluruh Atau Tawaran Bulan Bintang</i>	29 (BH)	6 (BH)
	2. <i>Apa Pilihan Rakyat Johor?</i>	25 (UM)	5 (UM)
	3. <i>Calon Mana Pilihan Anda? – Farush Khan</i>	34 (SH)	7 (SH)
	4. <i>Memilih Berdasarkan Parti Atau Peribadi-Norden Ahmad</i>		
<b>Jumlah</b>		<b>480</b>	<b>100</b>

*Jadual 4.5 Arah Berita Neutral Mengikut Akhbar*

Berdasarkan kepada Jadual 4.5, hasil dapatan kajian mendapati ketiga-tiga akhbar banyak melaporkan isu-isu makro berkaitan dengan berjalan lancar, nasihat dan pilihan rakyat semasa kempen PRU-13 dijalankan. Arah berita neutral isu makro



yang mencatatkan angka tertinggi mengikut akhbar adalah nasihat. Ia mencatatkan jumlah sebanyak 232 item berita secara keseluruhan. BH mengumpul item berita yang tertinggi dengan kekerapan 89 item berita (19%), diikuti dengan UM dengan kekerapan 74 item berita (16%). SH pula hanya mencatatkan kekerapan sebanyak 69 item berita (14%). Kenyataan ketiga-tiga akhbar mengenai isu nasihat biasanya dibuat oleh kumpulan tertentu yang mempunyai kuasa yang sah, seperti SPR, YDPA dan PDRM. Isi kandungan yang berbentuk menyampaikan mesej kepada masyarakat bagi mematuhi peraturan dan undang-undang agar tidak melampaui batas serta had.

Isu makro kelancaran PRU merupakan isu makro kedua tertinggi dalam dicatatkan dalam kategori arah berita yang bersifat neutral. Jumlah yang dicatatkan adalah sebanyak 160 item berita yang mana SH buat pertama kali mendominasi carta, iaitu sebanyak 75 item berita (16%) diikuti BH dengan catatan sebanyak 45 item berita (9%) manakala UM mengumpul sebanyak 40 item berita (8%). Pelbagai item berita mengenai kelancaran PRU yang merangkumi persediaan oleh pelbagai pihak yang terlibat dalam PRU-13. Item berita ini menyakinkan masyarakat terutamanya pengundi untuk keluar mengundi tanpa rasa gusar, risau dan ragu-ragu terhadap pihak yang terlibat dalam mengendalikan pilihanraya.

Hasil dapatan kajian juga menunjukkan isu makro yang ketiga, iaitu isu makro pilihan rakyat mencatat angka yang rendah sebanyak 88 item berita secara keseluruhan. SH mendahului arah berita bersifat neutral dengan jumlah sebanyak 34 item berita (7%). BH mencatatkan jumlah kedua tertinggi dengan jumlah sebanyak 29 item berita (6%) kemudian diikuti dengan UM yang berjumlah 25 item berita (5%). Kebanyakan kenyataan akhbar ini didapati daripada akhbar SH. Amat jarang

akhbar UM dan BH mengemukakan pertanyaan kepada khalayaknya. Apabila soalan pertanyaan ini dikemukakan dalam akhbar, membuktikan akhbar ini sejenis akhbar yang menggalakkan khalayaknya berfikir sejenak sebelum membuat keputusan.

Maka, teori hegemoni yang diaplikasikan dalam kajian ini membuktikan media dan akhbar bukan arus perdana walaupun tidak dikuasai oleh pemerintah secara langsung, tetapi media tersebut dikawal oleh undang-undang seperti ISA, Akta Hasutan, Akta Fitnah dan pemberian serta pembaharuan lesen penyiaran. Justeru itu, untuk mengelak daripada ditutup atau dikenakan tindakan, media ini umumnya cenderung untuk menghidangkan berita dan laporan yang senada dengan aspirasi pemerintah. (Muhamad Nadzri 2007).

#### **4.2.2 KATEGORI TEMA**

Tema di dalam kajian ini adalah untuk menjawab persoalan kedua dalam kajian ini, iaitu mengenai tema berita yang sering dilaporkan di akhbar-akhbar BH, UM dan SH. Tema tersebut adalah tema politik, ekonomi dan sosial.

Secara umumnya, berdasarkan Jadual 4.6, dapat dilihat bahawa tema politik merupakan tema yang tertinggi berbanding dua tema lain. Tema politik mencatat 2094 kekerapan, bersamaan dengan 83%, diikuti dengan tema sosial, iaitu 15% ataupun 378 kekerapan dan tema ekonomi pula mencatat 55 kekerapan daripada 2482 kekerapan keseluruhan, iaitu mewakili hanya 2%. Setiap tema akan dijelaskan di bahagian yang berikutnya.

<b>Tema</b>	<b>Kekerapan</b>	<b>Peratus</b>
	<i>(f)</i>	<i>(%)</i>
1. Politik	2049	83
2. Sosial	378	15
3. Ekonomi	55	2
<b>Jumlah</b>	2482	100

*Jadual 4.6 Jumlah Kekerapan Tema Secara Keseluruhan*

#### **4.2.2.1 TEMA POLITIK**

Tema politik merupakan tema yang paling menonjol dipaparkan dalam kesemua akhbar yang dikaji, iaitu sebanyak 83 peratus (2049) item berita. Hal ini menunjukkan tema politik sangat sinonim dengan pilihanraya. Hal ini kerana tema ini kerap dipaparkan di dada akhbar setiap kali menjelang kempen pilihanraya.

<b>Makro</b>	<b>Mikro</b>	<b>Kekerapan</b>	<b>Peratus</b>
		<i>(f)</i>	<i>%</i>
Personaliti Calon	1. Nur Jazlan Fasih Mandrin		
	2. Senangnya Politik Deme, Modal Air Liur	310 (BH)	15 (BH)
	Je	311 (UM)	15 (UM)
	3. Siapa Sebenarnya Anwar	39 (SH)	2 (SH)
Gelagat pengundi	4. Pemimpin PAS Jadi Dalang		
	1. Pekerja Kurang Hari Mengundi		
	2. Dakwat Tak Boleh Tiru	350 (BH)	17 (BH)
	3. Tak Sabar Undi Kali-13	322 (UM)	16 (UM)
	4. 'Saya Tetap Undi Dacing'	48 (SH)	2 (SH)
Tunjuk Perasaan	1. Jika Pembangkang Kalah, Tiada Keperluan Untuk Demonstrasi	330 (BH)	16 (BH)
	2. Polis Halang 'Arab Spring'	306 (UM)	15 (UM)
	3. Dr. Mahathir Bidas Cubaan Anjur' Arab Spring'	33 (SH)	2 (SH)
	4. Rancang Demonstrasi Ala 'Arab Spring' Jika Kalah PRU-13		
<b>Jumlah</b>		2049	100

*Jadual 4.7 Kekerapan Tema Politik Mengikut Akhbar*

Jadual 4.7 menunjukkan kekerapan tema politik dalam ketiga-tiga akhbar yang di kaji oleh penyelidik. Hasil dapatan kajian menunjukkan gelagat pengundi mencatat angka yang tertinggi dalam tema politik berjumlah 720 item berita. Dalam gelagat pengundi ini dapat dilihat BH memaparkan item berita sebanyak 350 (17%) kemudian diikuti dengan UM sebanyak 322 item berita (16%). SH hanya mencatat sebanyak 48 item berita (2%).

Tema politik berkaitan dengan tunjuk perasaan menduduki tempat kedua yang memperolehi jumlah item berita sebanyak 669. Isu tunjuk perasaan ini dibahagikan kepada tiga jenis akhbar. BH mencatat item berita sebanyak 330 (16%) diikuti oleh UM iaitu sebanyak 306 item berita (15%). Item berita yang diperolehi dari SH jauh ketinggalan berbanding dengan BH dan UM, iaitu hanya mencatat sejumlah 39 item (2%).

Tema politik berkaitan dengan personaliti calon pula berada di tangga ketiga dengan memperoleh sebanyak 660 item berita. UM banyak memaparkan isu-isu mengenai personaliti calon di dalam akhbar mereka semasa kempen PRU-13 dengan memperoleh sebanyak 311 item berita (17%). BH pula hanya kurang satu item berita berbanding dengan UM, iaitu sebanyak 310 item berita (15%) manakala SH mampu sekadar memperoleh item berita sebanyak 39 (2%).

#### **4.2.2.2 TEMA SOSIAL**

Tema sosial merupakan tema kedua yang dipaparkan oleh akhbar, iaitu sebanyak 15 peratus (378) item berita.

<i>Makro</i>	<i>Mikro</i>	<i>Kekerapan (f)</i>	<i>Peratus %</i>
<b>Agama</b>	1. Syiar Islam Terus Dimartabat		
	2. DAP Tetap Tolak Hudud: Kit Siang	55 (BH)	15 (BH)
	3. Nik Aziz Doakan Kehancuran BN	49 (UM)	13 (UM)
	4. Masjid Bukan Tempat Semai Kebencian	29 (SH)	8 (SH)
<b>Keperluan Asas</b>	1. 4,000 Orang Asli Hidup Selesa		
	2. Daerah Maran Dapat Hospital Kedua	48 (BH)	13 (BH)
	3. Rumah Selesa Agenda Utama BN Benta	51 (UM)	13 (UM)
	4. Rumah Mampu Milik Tumpuan Calon BN Kubang Kerian	28 (SH)	7 (SH)
<b>Keselamatan</b>	1. Jangan Politik Isu Keselamatan		
	2. Polis Jamin Kawalan Keselamatan Tertinggi	57 (BH)	15 (BH)
	3. Pegawai SPR Lapor Polis Diugut Ketika Buat Rondaan	43 (UM)	11 (UM)
	4. PRU-13 ATM Jamin Keselamatan Di Sempadan	18 (SH)	5 (SH)
<b>Jumlah</b>		378	100

*Jadual 4.8 Kekerapan Tema Sosial Mengikut Akhbar*

Jadual 4.8 menunjukkan kekerapan tema sosial dalam ketiga-tiga akhbar yang dikaji. Hasil dapatan kajian menunjukkan isu agama banyak dipaparkan dengan catatan item berita yang tertinggi dalam tema sosial berjumlah 133. Dalam isu agama ini dapat dilihat BH memaparkan item berita terbanyak, iaitu 55 (15%) kemudian diikuti dengan UM sebanyak 49 item berita (13%). SH hanya mencatat sebanyak 29 item berita (8%).

Tema sosial berkaitan dengan keperluan asas menduduki tempat kedua yang memperolehi jumlah item berita sebanyak 127. Isu keperluan asas ini yang dipaparkan dalam UM mencatat item berita sebanyak 51 (13%) diikuti oleh BH, iaitu sebanyak 48 item berita (13%) manakala item berita yang terkumpul dari SH mencatat sejumlah 28 item (7%).

Tema sosial berkaitan dengan keselamatan pula berada di tangga ketiga dengan memperoleh sebanyak 118 item berita. BH banyak memaparkan isu-isu mengenai keselamatan di dalam akhbar mereka semasa kempen PRU-13 dengan memperoleh sebanyak 57 item berita (15%). Perbezaan item berita BH dengan UM hanya 14 item berita, iaitu sebanyak 43 item berita (11%) manakala SH mampu sekadar memperoleh item berita sebanyak 18 (5%).

#### 4.2.2.3 TEMA EKONOMI

Tema ekonomi merupakan tema yang paling kurang diberi liputan oleh ketiga-tiga akhbar, iaitu hanya sebanyak 2 peratus (55 item berita). Hal ini jelas menunjukkan tema ekonomi kurang mendapat perhatian oleh ahli politik dan wartawan semasa kempen pilihanraya. Tema ini jauh ketinggalan jika dibandingkan dengan tema politik dan sosial yang menjadi strategi dan agenda utama media untuk dimuatkan dalam ketiga-tiga akhbar tersebut.

Makro	Mikro	Kekerapan (f)	Peratus %
Negara	1. <i>Ekonomi Paling Rancak Era Najib</i>		
	2. <i>Parlimen Pulai Pesat Membangun Di Bawah BN</i>	9 (BH) 5 (UM)	17 (BH) 9 (UM)
	3. <i>Produktiviti Pilihan Pelabur</i>	5 (SH)	9 (SH)
	4. <i>Dana RM 2.2B Bantu Pesawah</i>		
Bandar	1. <i>Bandaraya Getah Jana Peluang Kerja</i>		
	2. <i>Pembangunan Pokok Sena Statik</i>	9 (BH)	16 (BH)
	3. <i>Pembangunan Mergong Beri Banyak Manafaat</i>	5 (UM) 4 (SH)	9 (UM) 7 (SH)
	4. <i>Iskandar Jana 500 000 Pekerjaan</i>		
Luar bandar	1. <i>Sik Miliki Potensi Besar Dalam Pelancongan</i>		
	2. <i>Pembangunan Lestari Taruhan Calon BN Kerdau</i>	11 (BH) 4 (UM)	20 (BH) 7 (UM)
	3. <i>Dasar Transformasi Ubah Lanskap Bera</i>	3 (SH)	6 (SH)
	4. <i>Padang Besar Bandar Bebas Cukai</i>		
<b>Jumlah</b>	<b>Mikro</b>	<b>55</b>	<b>100</b>

Jadual 4.9 Kekerapan Tema Ekonomi Mengikut Akhbar

Jadual 4.9 menunjukkan kekerapan tema ekonomi terhadap ketiga-tiga akhbar yang dikaji. Hasil dapatan kajian menunjukkan luar bandar banyak diberi perhatian oleh BH, UM dan SH. Jumlah keseluruhan item berita mengenai luar bandar ini berjumlah 19. BH memaparkan sebanyak 11 item, diikuti dengan UM sebanyak 4 item dan SH mencatatkan sebanyak 3 item berita. Masing-masing diwakili sebanyak 20%, 7% dan 6%.

Tema ekonomi berkaitan dengan bandar menduduki tempat kedua yang memperolehi jumlah item berita sebanyak 18. Isu bandar ini yang dipaparkan dalam BH mencatat item berita sebanyak 9 (16%) diikuti oleh UM, iaitu sebanyak 5 item berita (9%) manakala item berita yang terkumpul dari SH mencatat sejumlah 4 item berita (7%).

Isu negara dalam tema ekonomi ini berkongsi kedudukan yang sama dengan isu bandar, iaitu sebanyak 18 item berita. BH kerap memaparkan isu-isu mengenai tema ekonomi negara di dalam akhbar mereka semasa kempen PRU-13 dengan memperoleh sebanyak 11 item berita (17%). UM pula memaparkan berita berkaitan dengan ekonomi sebanyak 4 item berita (9%). Perbezaan item berita UM dengan SH hanya kuran satu item berita, iaitu sebanyak 3 item berita (9%).

### **4.3 KESIMPULAN**

Hal ini memang tidak dapat dinafikan lagi kerana kedua-dua akhbar arus perdana, iaitu BH dan UM merupakan sebuah akhbar yang menyokong kerajaan. Hal ini terbukti apabila konsisten dengan kajian lepas yang dilakukan oleh Abdul Latiff Abu Bakar (1998) di dalam pilihanraya umum yang dijalankan pada tahun 1959 dan

1964. Hasil dapatan kajian menunjukkan liputan berita Utusan Melayu cenderung untuk melaporkan lebih banyak berita yang mengenai Parti Perikatan dan rencana pengarang yang telah menyokong parti tersebut.

Bukan itu sahaja, hasil dapatan kajian yang dijalankan oleh Wong Kok Keong (2006) juga dilihat konsisten dengan kajian yang dijalankan oleh penyelidik. Menurut hasil dapatan kajian beliau menunjukkan berlaku ketidakseimbangan dalam membuat liputan berita mengenai pilihanraya umum yang telah diadakan pada tahun 1999. Kajian menunjukkan bahawa parti pemerintah masih lagi mendominasi media akhbar walaupun telah memasuki era-90an.



## **BAB LIMA**

### **KESIMPULAN DAN CADANGAN**

#### **5.1 PENDAHULUAN**

Secara keseluruhannya dapat dibuat rumusan bahawa kajian ini merupakan satu kajian untuk mengenal pasti arah berita yang disiarkan oleh BH, UM dan SH semasa kempen PRU-13. Selain itu, kajian ini juga mengkaji tema-tema yang sering dibangkitkan oleh BH, UM dan SH semasa kempen PRU-13. Dalam bab ini, perbincangan keseluruhan daripada hasil kajian akan dibuat di samping merumuskan keseluruhan kajian yang meliputi limitasi dan cadangan sebagai penutup laporan kajian ini.

#### **5.2 ARAH BERITA AKHBAR MELAYU UTAMA**

Secara keseluruhannya, hasil kajian mendapati bahawa kategori arah berita yang sering dilaporkan oleh BH, UM dan SH lebih bersifat positif kepada parti memerintah. Hasil kajian ini juga jelas menunjukkan majoriti item berita daripada akhbar Berita Harian dan Utusan Malaysia yang banyak memaparkan berita yang positif kepada parti memerintah. Hal ini memang tidak dapat dinafikan lagi kerana kedua-dua akhbar arus perdana ini merupakan sebuah akhbar yang menyokong kerajaan lebih-lebih lagi semasa kempen PRU-13. Manakala, SH pula dilihat lebih seimbang dalam memaparkan arah berita semasa kempen PRU-13.

#### **5.3 TEMA-TEMA AKHBAR UTAMA**

Secara rumusannya, hasil dapatan kajian menunjukkan tema politik merupakan tema yang paling menonjol dipaparkan dalam kesemua akhbar yang dikaji. Hal ini

menunjukkan tema politik sangat sinonim dengan pilihanraya. Hal ini kerana tema ini kerap dipaparkan di dada-dada akhbar setiap kali menjelang kempen pilihanraya. Tema sosial merupakan tema kedua yang dipaparkan oleh akhbar. Manakala hasil dapatan kajian menunjukkan tema ekonomi merupakan tema yang paling kurang diberi liputan oleh ketiga-tiga akhbar. Hal ini jelas menunjukkan tema ekonomi kurang mendapat perhatian oleh ahli politik dan wartawan semasa kempen pilihanraya. Tema ini jauh ketinggalan jika dibandingkan dengan tema politik dan sosial yang menjadi strategi dan agenda utama media untuk dimuatkan dalam ketiga-tiga akhbar tersebut.

#### **5.4 LIMITASI KAJIAN**

Skop yang dikaji dalam kajian ini mengkaji akhbar bahasa Melayu sahaja, iaitu BH, UM dan SH. Namun, kajian yang dijalankan oleh penyelidik ini tidak meliputi akhbar-akhbar bahasa lain seperti *New Strait Times*, *The Star*, *Nanyang Siang Pau*, *China Press*, *Tamil Nesan* dan *Tamil Namban*. Kajian ini hanya melibatkan akhbar arus perdana sahaja dan tidak mengkaji akhbar alternatif. Penyelidik hanya tertumpu kepada akhbar harian dalam kajian mengumpul dan menganalisis data dan kajian ini tidak melibatkan akhbar mingguan dan bulanan. Dalam kajian ini, penyelidik hanya mengkaji tentang media cetak, iaitu akhbar sahaja dan tidak melibatkan risalah, *banner* dan *poster*. Bukan itu sahaja, kajian mengenai media elektronik seperti internet, blog, *twitter*, *facebook* tidak dijalankan oleh penyelidik dalam kajian ini.

## 5.5 CADANGAN

Bahagian cadangan ini memberi fokus kepada kajian akan datang untuk memastikan kajian yang akan dijalankan menyeluruh untuk mengetahui isu-isu mengenai pilihanraya. Penyelidik menyarankan agar kajian pada masa akan datang tertumpu kepada pilihanraya kecil berkaitan dengan analisis kandungan harus dilakukan terhadap semua akhbar termasuk akhbar berbahasa Inggeris, Tamil dan Cina kerana hasil kajian terhadap semua akhbar sudah tentu dapat mempersembahkan isu yang paling dominan yang selalu diaplikasikan oleh media sepanjang kempen pilihanraya kecil itu berlangsung.

Cadangan penyelidik kepada pengkaji-pengkaji pada masa akan datang adalah supaya memperluaskan skop akhbar yang dipilih, iaitu meliputi lebih banyak akhbar yang terdiri pelbagai bahasa. Hal ini kerana penyelidik sendiri hanya mengambil kira tiga akhbar berbahasa Melayu sahaja kerana penyelidik merasakan kesesuaiannya dengan kajian kerana ketiga-tiga akhbar tersebut sering memaparkan isu-isu berkaitan dengan politik, terutamanya mengenai pilihanraya.

Selain itu, penyelidik mencadangkan agar pada pilihanraya pada masa akan datang, samada pilihanraya umum mahupun pilihanraya kecil, perlu diperbanyakkan kajian perbandingan antara arus media perdana dan media alternatif kerana penyelidik mendapati kurangnya kajian yang melibatkan perbandingan antara kedua-dua media tersebut kerana kajian sebelum ini banyak memfokuskan media kerajaan berbanding media alternatif. Seperti yang disarankan oleh Abdul Rahman (2009); Jeffrey (2009) ; Suhaimie (2008), yang menyatakan kajian mengenai perbandingan antara media kerajaan dengan media alternatif haruslah diperbanyakkan kerana

kajian sebelum ini lebih menguji media kerajaan, sedangkan pengujian terhadap perbandingan antara media kerajaan dengan media alternatif kurang dilakukan.

Kajian berkaitan pilihanraya pada masa hadapan juga perlu mengambil kira media elektronik dan juga media baru untuk mendapatkan satu gambaran secara menyeluruh tentang isu yang dibangkitkan oleh media massa dalam pilihanraya.

## RUJUKAN

Abu Hassan Hasbullah (2008). *Pilihan Raya Umum Malaysia Ke 12: Pengaruh Kepercayaan Terhadap Bentuk Dan Corak Pengundian Malaysia-Tumpuan Pada Kumpulan Responden 21-41 Tahun*. Kuala Lumpur: Zentrum Future Studies Malaysia (ZENTRUM)

Abdul Rahman Shaik (2009). *Pembinaan Agenda Media dalam Laman Web Malaysiakini dan Agenda Daily semasa Tempoh Kempen Pilihanraya Umum 2004*. Serdang: Universiti Putra Malaysia.

Abdul Latiff Abu Bakar (1998). *Peranan Media Dalam Pilihan Raya Persekutuan*. Shah Alam: Penerbit Fajarbakti Sdn Bhd.

Ahmad Zahid Hamidi (2008). *Manifesto Barisan Nasional Sebagai Agenda Akhbar Bahasa Melayu Semasa Tempoh Kempen Pilihan Raya Umum*. Tesis Phd. Serdang: Universiti Putra Malaysia.

Audit Bureau of Circulation(2006, Mei 11). Statistik perangkaan akhbar. Atas talian [http:// www. utusan .com.my](http://www.utusan.com.my)

Audit Bureau of Circulation (2006, Jun 14). Statistik perangkaan akhbar. Atas talian [http:// www. utusan .com.my](http://www.utusan.com.my)

Babbie, E, (1998.) *The Practice of Social Research, 8th Ed*, Belmont CA:

Wardsworth Pub. Inc.

Berge, A, A.(2000). *Media and Communication Research Methods*. A introduction to qualitative and quantitative approaches. London: Sage Publications

Baharuddin Aziz, Rahmat Ghazali & Abd Rassid Abd Rahman (2009). *Peranan dan Pengaruh Internet dan Kewartawanan Blogger Terhadap Pengundi semasa Pilihan Raya Umum Malaysia 2008'*. Shah Alam: Fakulti Komunikasi dan Pengajian Media, UITM.

Berelson, B. (1952). *Content Analysis In Communication Research*. Glencoe. IL : The Free Press.

Berelson, B. (1971). *Content Analysis In Communication Research*. Glencoe. Illinois : The Free Press.

Chang. P.T. (2002). *Media Massa Dan Hegemonu Barisan Nasional: Satu Kajian Kes ke atas Peranan Media dalam Pengurusan Kewangan 1997 Di Malaysia*. Bangi : Universiti Kebangsaan Malaysia.

Chan, C.K(1991). *Penentu Agenda: Sumber, Media Atau Republik*. Bangi: Universiti Kebangsaan Malaysia.

Dominick JR. (2002). *The Dynamics of Mass Communication: Media in The Digital Age*. New York. McGraw Hill.

Dominick JR. (2002). *The Dynamics of Mass Communication: Media in The Digital Age*. McGraw Hill Companies Inc: New York

Domke, D. Fan. D. P., Fibison, M., Shah , D, V, Smith, S. S., & Watts, M, (1997).  
*News Media, Candidates Issues and Public Opoinion in the 1996 Presidential Campaign*. Journalism and Mass Communication Quarterly, 74, 718-737.

Gomez, E.T. (1999). *The 1995 Malaysian General Elections Singapore*: Institute of Southeast Asian Studies.

Hussin Salamon & Niswah Abdul Aziz (2010) *Persepsi Staf Bank Terhadap Penglibatan Orang Bukan Islam Dalam Sistem Pajak Gadai Islam (Ar-Rahnu)*. Fakulti Pendidikan. Skudai: Universiti Teknologi Malaysia.

Ilias Md Salleh, Ismail Sualaman & Norsham Firdaus (2008). *Media dan Pilihan Raya: Kajian Kes di Parlimen Permatang Pauh, Pulau Pinang*. Laporan IRDC, Uitm Shah Alam.

Ismail Sualaman, Ngu T.H & Saraswathy, C. (2008) *Pilihan Raya Umum 2008: Kajian Analisa Isi Kandungan di Akhbar Terpilih*. Fakulti Komunikasi dan Penagajian Media, Shah Alam: UiTM.

Jamaludin Mustaffa, Muhamed Fauzi Othman, Muhamad Fuad Othman dan Zaheruddin Othman (2003). Penyertaan politik masyarakat dalam pilihan raya: *Kajian Kes Pilihan Raya Umum ke Sepuluh di Negeri Johor*. Fakulti perhubungan Antarabangsa, Universiti Utara Malaysia.

Junaidi Awang Besar, Mohd Fuad Mat Jali, Abdul Halim Sidek, Yahya Iberahim, Noor Aziah Mohd Awal & Khaidzir Ismail (2010). *Analisis Trend Pengundian Berdasarkan Kaum di Kawasan Bukit Gantang, PERAK*, Pusat Pengajian Sosial Pembangunan dan Persekitaran : Universiti Kebangsaan Malaysia Jilid 5, Bilangan 1, ms. 26-37.

Kizza, J. M. (2010). *Ethical And Social Issues In The Information Age* (4 Ed) Springer.

Krippendorff, K. (2004). *Content Analysis, An Introduction To Its Methodology*, 2nd Edition, Thousand Oaks, CA; Sage Publication.

McQuail, D, (1997). *Audience Analysis*. London. SAGE Publication, Inc.

Maureen, E. M. (2005). *A Content analysis of 2004 presidential election headlines of The Los Angeles Times and The Washington Times*. Master Thesis. Florida: Department of Communication, College of Art and Sciences, University of Central Florida.



Mazlan Nordin (2008, Disember 21). *Wajarkah Wartawan Berpeluk Tubuh?* Minguan Malaysia. Atas talian <http://www.utusan.com.my>.

Mohd Asri Mohamad (2002). *Pengaruh Golongan Elit Pemerintah Dalam Pemaparan Berita Etnik. Analisis Kandungan Terhadap Pelaporan Berita Akhbar Utusan Malaysia dan Berita Harian Sejurus Sebelum dan Selepas Pilihan Raya Umum Ke-10 Malaysia*. Tesis Master. Pulau Pinang: Universiti Sains Malaysia.

Mohd Fuad Mat Jali & Junaidi Awang Besar (2007). *Pilihan Raya Kecil DUN Pengkalan Pasir Kelantan 2006: Petanda BN menguasai Kelantan*. Dlm Stainlaus Sandarupa. *Prosiding Seminar Bersama Universiti Hasamuddin dan Universitas Kebangsaan Malaysia*. Kemelayuan Indonesia dan Malaysia . Makasar: Universitas Hasamuddin, Indonesia.

Mohd Yusof&Azlan. (2002). *Politik Baru Dalam Pilihan Raya Umum*. Bangi: Universiti Kebangsaan Malaysia

Muhamad Nadzri Mohamed Noor & Ghazali Mayudin (2007). *Pilihan raya umum ke-12: gelombang politik baru kedua, pendemokrasian dan perubahan fundamental?* Shah Alam: *Universiti Teknologi MARA*.

Siti Suriani Othman, (2009). *The News Types of Two Countries: A Comparative Study of News Values Quality Newspapers and Popular Newspapers in Malaysia and Britain*. Bangi: Universiti Kebangsaan Malaysia

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

Syed Idid, (1993). *Penentuan Agenda: Peranan Media Massa Dalam Pilihanraya Umum*, Dewan Bahasa Dan Pustaka , Kuala Lumpur

Syed Arabi Idid & Mazni Buyong. 1995. *Malaysia's General Election 1995: People Issues and Media Usage*. Bangi, Selangor: The Asia Foundation.

Syed Arabi Idid & Mazni Buyong. (2000). *Malaysia General Election 1999. Annual Conference on Public Opinion organized by World Association on Public Opinion Research (WAPOR)*. 15-18 May, Portland, Oregon, USA.

Suhaimee, (2008). *Isu-Isu Utama Sebelum, Semasa Dan Selepas Pru 12 : Satu Analisis Kandungan Blog-Blog Politik Malaysia Terpilih*. Bangi: Universiti Kebangsaan Malaysia.

Sulastry Yurni & Nidzam Sulaiman, (2008). *Kedudukan Barisan Nasional dalam pilihan raya Malaysia: Berakhirnya era hegemoni*. Shah Alam:Universiti Teknologi MARA

Wong K. K.(2006). Asian-Based Development Journalism and Political Elections. Press Coverage of the 1999 General Elections in Malaysia. *Sociology and Political Science*.

## Borang Kod Analisis Kandungan

1. Nama Jurukod :

2. Nama Akhbar :

3. Tarikh Akhbar :

4. Arah Berita :

Berita	BN+	PR-	BN+	PR-	N
Jakim Nasihat Jaga Kesucian Masjid, Surau					

5. Tema-Tema :

Berita	Politik	Ekonomi	Sosial
Jakim Nasihat Jaga Kesucian Masjid, Surau			

## Borang Kod Analisis Kandungan

1. Nama Jurukod :

2. Nama Akhbar :

3. Tarikh Akhbar :

4. Arah Berita :

Berita	BN+	PR-	BN+	PR-	N
Pemimpin DAP Perak Dikecam					

5. Tema-Tema :

Berita	Politik	Ekonomi	Sosial
Pemimpin DAP Perak Dikecam			

## Borang Kod Analisis Kandungan

1. Nama Jurukod :

2. Nama Akhbar :

3. Tarikh Akhbar :

4. Arah Berita :

Berita	BN+	PR-	BN+	PR-	N
Abdul Halim Terkejut Dipilih Jadi Calon					

5. Tema-Tema :

Berita	Politik	Ekonomi	Sosial
Abdul Halim Terkejut Dipilih Jadi Calon			

BERITA HARIAN

<u>20 APRIL 2013</u>	TAJUK	ISU	BN	BN	PR	PR	N
			+	-	+	-	
<b>MUKA DEPAN</b>	AHLI DAP, PAS BANTAH (p. 1)	POLITIK					/
<b>MINDA</b>	UGUTAN DAP GUNA SIMBOL PAS, PKR HANYA SANDIWARA (p. 32)	POLITIK					/
<b>PENGARANG</b>							
<b>ANALISIS</b>	1. BARISAN MUDA PENUHI ASPIRASI PENGUNDI BARU - DR	POLITIK					/
<b>PENDAPAT</b>	MUHAMAD RAZAK IDRIS (p. 32)						
	2. AISHAH GHANI DALAM KENANGAN – MONA AHMAD (p. 33)	POLITIK	/				
	3. MANIFESTO BN GUSARKAN PEMBANGKANG - DR AZIZ	POLITIK	/				
	JAMALUDIN MHD TAHIR (p.34)						
	4. FATWA ATAS KEFAHAMAN SENDIRI BAWA KEHANCURAN -	SOSIAL					/
	ZAMANUDDIN JUSOH (p. 38)						
<b>IKLAN</b>	1. MASYARAKAT LEBIH PRIHATIN LEBIH PENYAYANG (p.3)	SOSIAL	/				
<b>KARTUN</b>	1. CERITA ATUK (p. I22)	POLITIK					/
	2. MAT REMPIT (p.I22)	POLITIK					/

<b>CAKAP-CAKAP</b>	SEORANG DEMI SEORANG ORANG KUAT DAP BERTANDING ATAS TIKET BEBAS DALAM PRU-13. MEREKA BERTINDAK BUKAN KERANA STRATEGI TETAPI TIDAK PUAS HATI DENGAN KEPUTUSAN PARTI (p. 32)	POLITIK	/
--------------------	--	---------	---

<b>KOLUM PILIHANRAYA</b>	1. ISI BORANG PENCALONAN (p. 1)	POLITIK	/
	2. AHLI TANDING BEBAS HILANG KEAHLIAN BN (p. 2)	POLITIK	/
	3. SEKOLAH CINA, TAMIL TAK ABAI (p. 2)	SOSIAL	/
	4. CALON BEBAS PALING RAMAI (p. 4)	POLITIK	/
	5. BILA MENANG SENYAP, BILA KALAH BISING (p.6)	POLITIK	/
	6. POLITIK DARAH DAGING AISHAH (p. 7)	POLITIK	/
	7. HASAN ALI TOLAK JADI CALON (p. 7)	POLITIK	/
	8. JAKIM NASIHAT JAGA KESUCIAN MASJID, SURAU (p. 8)	SOSIAL	/
	9. TUNJUK SIKAP TANGGUNGJAWAB (p. 8)	POLITIK	/
	10. SHAHANIM TETAP BERSAMA BN (p. 8)	POLITIK	/
	11. SOKONG MANSUH TOL MOTOSIKAL (p. 8)	SOSIAL	/
	12. AHLI DAP BANTAH CALON PAYUNG TERJUN (p. 9)	POLITIK	/
	13. USAHA HANYA HAPUS PENGARUH MCA (p. 9)	POLITIK	/
	14. MASALAH DALAMAN DAP PUNCA ROS BERTINDAK (p. 10)	POLITIK	/
	15. INSENTIF UNTUK PENJAWAT AWAM BUKAN RASUAH (p. 10)	EKONOMI	/

16. 3 PEMIMPIN PAKATAN HANYA TANDING DUN (p. 10)	POLITIK	/
17. PAS, PKR MUNGKIN LAWAN SAMA SENDIRI (p. 11)	POLITIK	/
18. DUA SAH TAK BERTANDING BEBAS SOKONG BN (p. 11)	POLITIK	/
19. HALIM GANTI TENGKU RETHWAN DI SERI SETIA (p. 11)	POLITIK	/
20. MUFTI PERLIS HADIR RAI CALON IGAN (p. 11)	POLITIK	/
21. JANJI DITEPATI BN JOHOR 2013 (p. 14 DAN 15)	POLITIK	/
22. CALON BEBAS, PENYOKONG DIGESA TIDAK BUAT KEKACAUAN (p. 18)	POLITIK	/
23. 'TERESA KOK TAMAK, MAHU JADI MENTERI' (p.18)	POLITIK	/
24. SPR GESA AHLI PEMANTAU TAK GANGGU PENGUNDI (p.18)	POLITIK	/
25. MAHKAMAH TOLAK PERMOHONAN AZMIN (p.18)	POLITIK	/
26. BANTU ATASI MASALAH RAKYAT (p.19)	SOSIAL	/
27. BELA MELAYU PULAU PINANG (p.19)	SOSIAL	/
28. CALON BN KOTA SAMARAHAN MESRA PENDUDUK (p.19)	POLITIK	/
29. PEMERINTAHAN PAS PENTINGKAN KRONI (p.20)	POLITIK	/
30. MELAKA PESAT MEMBANGUN (p. 20)	EKONOMI	/
31. SUSUN PELBAGAI STRATEGI FOKUS WAWASAN BARU (p. 20)	POLITIK	/
32. MENERUSKAN KESINAMBUNGAN WAWASAN (p. 22)	POLITIK	/
33. SIFAT POSITIF DIGARIS TPM JADI PEGANGAN (p. 22)	POLITIK	/



	34. PEMANDU TEKSI NIKMATI MANFAAT (p. 23)	EKONOMI	/				
	35. PELUANG CERAH MOHD FATMI TAWAN KOTA BHARU (p. 24)	POLITIK	/				
	36. BN YAKIN MENANG DI PARLIMEN SEPANG (p. 24)	POLITIK	/				
	37. TEKAD DUA ANAK JATI KUANTAN (p. 24)	POLITIK	/				
	38. JANJI BN PULAU PINANG JANA EKONOMI (p. 24)	EKONOMI	/				
	39. JAMIN PROSES PENAMAAN CALON BERJALAN LANCAR (p. 27)	POLITIK					/
	40. RAKYAT MELAKA MESTI TOLAK PEMBANGKANG (p. 28)	POLITIK	/				
	41. KONVOI EDAR MANIFESTO BN (p.28)	POLITIK	/				
	42. TAKTIK DAP KELIRU PENGUNDI MELAYU (p. 4)	POLITIK					/
<b>INSPIRASI</b>	1. STRATEGI DAMPINGI PENGUNDI (p. 12)	SOSIAL	/				
	2. CABARAN BERDEPAN KARENAH PENGUNDI (p. 12)	POLITIK	/				
<b>SURAT</b>	1. NILAI DENGAN BIJAK REPUTASI CALON, PARTI (p.36)	POLITIK	/				
<b>PEMBACA</b>	2. KENTENTERAMAN ANUGERAH TAK TERNILAI PERLU DIHARGAI (p. 36)	SOSIAL					/
	3. WASPADA MUSLIHAT POLITIK PEMBANGKANG (p. 36)	POLITIK					/
<b>TOTAL</b>				57	26	2	0 15 14

## UTUSAN MALAYSIA

<u>20 APRIL 2013</u>	TAJUK	ISU	BN +	BN -	PR +	PR -	N
<b>MUKA DEPAN</b>	'AMAT MEMALUKAN'	POLITIK				/	
<b>KOMEN EDITOR</b>	UTAMAKAN KEPENTINGAN PARTI, MASA UNTUK KERJA KERAS	POLITIK					/
<b>ANALISIS</b>	PAS BEREKSPERIMEN MELALUI HUSAM, SALAHUDIN	POLITIK				/	
<b>KARTUN</b>	SENYUM KAMBING: LIM GUAN ENG DAN ISU ROS	POLITIK				/	
<b>KOLUM PILIHANRAYA</b>	SOLAT HAJAT PENDUDUK PEKAN	SOSIAL	/				
	TANDING BEBAS AKAN DIPECAT	POLITIK	/				
	TAK PERLU CAMPUR TANGAN ASING	POLITIK	/				
	BN PERTAHAN SEKOLAH CINA, TAMIL	SOSIAL	/				
	BANTUAN, INSENTIF STAF AWAM, RAKYAT BUKAN RASUAH	SOSIAL	/				
	ELAK ISU SENSITIF KETIKA KEMPEN- SULTAN PERAK	POLITIK					/
	DAP DIINGAT HENTI MAIN ISU ROKET	POLITIK				/	
	CEC: KIT SIANG TIDAK PERLU BERDRAMA	POLITIK				/	
	HORMATI KEPUTUSAN PIMPINAN PARTI	POLITIK	/				
	SPR MINTA TOLAK CALON KITA	POLITIK					/
	SIN KEAT ENGGAN BERTANDING	POLITIK				/	
	DAP TAGIH SIMPATI MAHU GUNA LAMBANG PKR, PAS	POLITIK				/	
	ISU CEC: GUAN ENG PATUT DIPERSALAH	POLITIK				/	
	PELUANG TERBAIK DAP GANTI PAS	POLITIK				/	
	TINDAKAN MEMALUKAN-DAVID DASS	POLITIK				/	

PAS GEMBIRA DAP PAKAI LAMBANG BULAN	POLITIK	/
PELUANG 'JINAKKAN' DAP- HARUN	POLITIK	/
STRATEGI DAP SALAHKAN ROS TERSERLAH	POLITIK	/
MAZLAN KETUAI SOLAT HAJAT PERMATANG PAUH	POLITIK	/
GAMBAR KLON ANWAR DIDEHAHKAN	POLITIK	/
DEWAN ULAMA PAS SARAN MUSTAFA DISIASAT	POLITIK	/
TAKUT SUMPAAH LAKNAT SEOLAH-OLAH MUSTAFA SETUJU	POLITIK	/
DAKWAAN VIDEO SEK: ZAINON ISMAIL		
BURUH BUAT LAPORAN POLIS MINTA SIASAT TERPERINCI	POLITIK	/
DILAKUKAN		
ISU MUSTAFA BUKAN PERKARA BESAR?	POLITIK	/
SEGERA SIASAT RAKAMAN VIDEO SEKS	POLITIK	/
AZMIN DIINGAT JANGAN BENARKAN FARIZ BURUKKAN ROSMAH	POLITIK	/
AMALAN KRONISME PKR TERUK	POLITIK	/
RAMAI BERTANDING BEBAS KERANA KECEWA DENGAN	POLITIK	/
PEMBANGKANG		
AKAR UMBI PKR KECEWA DENGAN ANWAR, AZIZAH	POLITIK	/
FELDA TINGKAT PENDAPATAN PENEROKA	EKONOMI	/
TIPU E-MEL IKLAN JAWATAN KOSONG SPR	POLITIK	/
ANAK MANOHARAN KECEWA BAPA TIDAK DICALONKAN	POLITIK	/
RAFIZI TERUS DIDESAK JELASKAN ISU 'ANAK IKAN'	POLITIK	/
PEMIMPIN DAP PERAK DIKECAM	POLITIK	/
KRISIS DALAMAN TIDAK DAPAT DISEMBUNYIKAN	POLITIK	/
AHLI PAS TENTANG CALON DAP DI DUA DUN	POLITIK	/
DAYANGKU INTAN BAKAL HADAPI AZALINA	POLITIK	/

77 ANGGOTA POLIS AWASI PUSAT PENAMAAN	SOSIAL	/					
PENGURUS BANK DIDAKWA UGUT KAKITANGAN UNDI PEMBANGKANG	SOSIAL	/					
CALON PKR KENA BAYAR RM5JUTA	POLITIK	/					
PKR MELAKA KEMUKA CALON LANJUT USIA	POLITIK	/					
SENARAI CALON PKR CANTAS KEHENDAK AKAR UMBI	POLITIK	/					
PERCATURAN TEPAT BN PERLIS HADAPI PEMBANGKANG	POLITIK	/					
ELAK PROVOKASI MELAMPAU	POLITIK	/					
BATAS SEDIA HANTAR 50,000 BANTU JENTERA BN SELANGOR	POLITIK	/					
KIT SIANG PERLU BUKTIKAN ADA INDIVIDU DEDAH RAMALAN PEMBANGKANG MENANG	POLITIK	/					
565 BORANG PENAMAAN CALON SUDAH DIBELI PARTI POLITIK, INDIVIDU DI KELANTAN	POLITIK	/					
JASON TEKAD BANTU GHANI PERTAHAN GELANG PATAH	POLITIK	/					
MASJID BUKAN GELANGGANG POLITIK	SOSIAL	/					
PERINGATAN MAIDAM KEPADA PARTI POLITIK	POLITIK	/					
PENYOKONG CALON BEBAS JANGAN BEREMOSI	POLITIK	/					
HARUN TAIB TIDAK BERTANDING	POLITIK	/					
'WARISKAN' KERUSI KEPADA ANAK	POLITIK	/					
PKR TETAP TANDING DI TIGA KAWASAN PAS	POLITIK	/					
BERSIH: AZMIN, CHEGU BARD GAGAL KETEPI TUDUHAN	POLITIK	/					
PPAIM DAPAT SAMBUTAN LUAR BIASA	POLITIK	/					
TERJEMAHAN HARAPAN RAKYAT	POLITIK	/					
<b>TOTAL</b>			61	14	0	2	36 9

**SINAR HARIAN**

<u>20 APRIL 2013</u>	TAJUK	ISU	BN +	BN -	PR +	PR -	N
<b>MUKA DEPAN</b>	BN TUKAR 5 CALON DI 3 NEGERI	POLITIK					/
<b>ANALISIS</b>	PENAMAAN CALON AMAN, PAMER POLITIK MATANG- DR. AZIZUDDIN MOHD SANI	POLITIK					/
<b>KOLUM PILIHANRAYA</b>	KEJUTAN DI HARI PENAMAAN CALON	POLITIK					/
	ISU JOHOL SELESAI ABU SAMAH CALON GANTI	POLITIK	/				
	TARIK DIRI SEBELUM PENAMAAN CALON	POLITIK	/				
	PECAT JIKA TANDING BEBAS	POLITIK	/				
	ABDUL HALIM TERKEJUT DIPILIH JADI CALON	POLITIK	/				
	CALON BAWA DUA SURAT	POLITIK			/		
	SPR JAMIN DAP BOLEH GUNA ROKET	POLITIK			/		
	PAS SEDAI PINJAMKAN LOGO PARTI-HADI	POLITIK			/		
	DAP JANGAN MAINKAN ISU ROKET: MUHYIDIN	POLITIK				/	
	SANDIWARA PANCING UNDI	POLITIK				/	
	TIADA NIAT SERTAI PEMBANGKANG	POLITIK	/				
	PKR YAKIN DAYANGKU INTAN TANDING Pengerang	POLITIK			/		
	PENYOKONG DIINGAT JANGAN LAKUKAN PROVOKASI	SOSIAL					/
	KAWAL DIRI ELAK KECOH	SOSIAL					/
	GELOMBANG KECEWA BERTERUSAN	POLITIK		/			
	RM150 JUTA DIPERUNTUK KEPADA PDRM	SOSIAL					/
	CALON BEBAS MINTA NASIHAT PENYOKONG	POLITIK					/

PENGUNDI PILAH TOLAK CALON KITAR SEMULA	POLITIK	/						
PSM DIMINTA HORMATI KEPUTUSAN PR	POLITIK	/						
25 MUSLIMAT JADI CALON PRU	POLITIK	/						
BILIK GERAKAN BN DIBAKAR	SOSIAL	/						
TERKEJUT “SISIPAN BARU SINAR HARIAN”	POLITIK						/	
HUKUMAN 5JUTA JIKA BELOT	POLITIK	/						
DAKWA CALON MILIKI IJAZAH PALSU ISU REMEH: SUPP	POLITIK	/						
BANTUAN BUKAN RASUAH	POLITIK						/	
<b>TOTAL</b>			27	7	2	7	2	9