

BAB 1

1.1 – Pengenalan

Media di Malaysia boleh dibahagikan dua kategori terbesar iaitu media kerajaan dan media swasta.¹ Media berfungsi sebagai sebahagian daripada seluruh sistem negara berkenaan dan ia tidak boleh terasing daripada sistem negara berkenaan. Jika negara itu mengamalkan sistem demokrasi yang seluruhnya bebas akhbar turut sama bebas, sebaliknya jika negara itu mengamalkan sistem negara yang agak terkawal kebebasannya, akhbarnya juga turut terkawal kebebasannya.²

Di Amerika Syarikat (AS), akhbar seperti *New York Times*, *Los Angeles Times*, *Washington Post*, *USA Today*, *Wall Street Journal* memang digunakan dalam kempen pilihan raya Presiden. Walaupun negara itu mengamalkan kebebasan akhbar, masih terdapat

¹ Kiranjit Kaur, *Content Analysis Of Radio Coverage Of The 1990 Malaysia General Elections*, Institut Teknologi Mara (ITM), 1990, hlm 1.

² Mohd Safar Hasim, *Mahathir dan Akhbar*, Utusan Publications & Distributors Sdn Bhd 1996, hlm 21.

akhbar tertentu yang menyokong parti tertentu terutama Parti Konservatif yang mendapat sokongan padu daripada akhbar utama AS seperti *Washington Post* dan *New York Times* dalam setiap kali kempen pilihan raya Presiden. Malahan dalam kempen terbaru mereka menggunakan dua jenis media iaitu media tradisional seperti akhbar, majalah dan elektronik dan media baru seperti Internet dalam kempen pilihan raya Presiden.³

Ini menunjukkan peranan media penting untuk melihat keberkesanan pengaruhnya dalam sesebuah pilihan raya umum. Oleh itu, kajian ini melihat sejauh manakah akhbar mempengaruhi pola pengundian orang ramai dalam pilihan raya

1.2 – Tujuan Kajian

Kajian ini dijalankan untuk melihat kekuatan dan pengaruh dua akhbar berbahasa Melayu *Berita Harian* dan *Utusan Malaysia* dalam pilihan raya umum 1995 dan 1999. Menurut statistik Bahagian Pengedaran *Utusan Malaysia* di Kota Bharu, sebanyak 14,000 naskhah akhbar *Utusan Malaysia* dapat dijual di negeri ini pada setiap

³ Thomas J Johnson, Mahmoud A.M. Braima and Jayanthi Sothirajah, *Doing The Traditional Media Sidestep: Comparing The Effects On The Internet And Other In The 1996 Presidential Campaign*. Journalism & Mass Communication Quarterly, 1999, hlm 99.

hari, sejak tahun 2000 dan jumlah itu meningkat bagi keluaran pada hari Ahad iaitu *Mingguan Malaysia*. Statistik daripada Jabatan Pengedaran The New Straits Times Press (M) Sdn Bhd cawangan Kota Bharu pula menunjukkan lebih 15,000 naskhah akhbar *Berita Harian* dapat dijual pada setiap hari di negeri ini. Menurut Pengurus Pengedaran NSTP Wilayah Timur, Encik Arisi Mohd Noor, pengedaran akhbar itu meliputi 10 jajahan di negeri ini.⁴

Kajian ini bertujuan melihat peranan yang dimainkan oleh *Berita Harian* dan *Utusan Malaysia*, yang didominasi oleh kerajaan dan parti UMNO dalam membuat liputan positif BN dan negatif pembangkang sepanjang pilihan raya umum 1995 dan 1999. Dominasi ini jelas dilihat apabila bekas Bendahari UMNO, Tengku Razaleigh Hamzah mendapatkan kepentingan mengawal 80 peratus dalam NSTP daripada syarikat Singapura. Kemudian Razaleigh melepaskan saham-saham itu kepada Fleet Holdings. Malahan, Menteri Kewangan, Tun Daim Zainuddin mengarahkan Pengerusi Land and General

⁴ Temubual dengan Pengurus Pengedaran Akhbar Kumpulan The New Straits Times Press (M) Berhad Kawasan Timur, Arisi Mohd Noor di Kota Bharu, Kelantan, 7 April 1999.

Berhad, Tan Sri Wan Azmi Wan Hamzah juga yang pada masa itu.

Pengurus Besar Peremba berkata pada lewat 1983, Tun Daim meminta saya berunding dengan Times Publishing Singapura untuk membeli 20 peratus kepentingan NSTP. Malangnya perbincangan tidak dapat dilakukan dengan sempurna disebabkan Tengku Razaleigh masih ada hak dalam NSTP. Bagaimanapun, Razaleigh menjelaskan walaupun hak itu ditulis atas namanya tetapi dimaksudkan untuk Fleet dan dia tidak keberatan membenarkan Singapura berunding melalui saya dan menjual saham-saham itu. Cukup jelas difahami yang seluruh urusan itu dalam konteks Fleet/UMNO.⁵

Begitu juga dengan akhbar *Utusan Malaysia*, apabila kerajaan Perikatan pimpinan Tunku Abdul Rahman mendapati *Utusan Malaysia* yang ketika itu dikenali sebagai Utusan Melayu bersifat anti kerajaan Perikatan apabila lebih mendekati golongan nasionalis radikal yang berada dalam gerakan Islam atau sosialis.⁶ Utusan Melayu

⁵ Chong Mei Sui dan Adibah Amin, *Daim Insan Di Sebalik Enigma*, Pelanduk Publications, 1996, hlm 62.

⁶ Zainuddin Maidin, *Mahathir Di Sebalik Tabir*, Utusan Publications dan Distributors Sdn Bhd, 1994, hlm 234.

menjalankan dasar yang bebas dalam penyiaran berita, rencana, pojok dan rencana pengarang, di samping memberikan peluang seluas-luasnya kepada penulis mengkritik kerajaan malah ada pemimpin pembangkang yang diberi tempat sebagai penulis tetapnya. Menyedari hakikat bahawa Utusan Melayu menjalankan dasar anti-UMNO, sebahagian besar orang Melayu yang memegang saham syarikat itu dan menyokong UMNO terus memulaukan *Utusan Melayu* sehingga kantong *Utusan Melayu* hampir kering dan menghadapi masalah membayar gaji pekerja.

Keadaan itu menyebabkan UMNO akhirnya terpaksa mengambil tindakan tegas untuk menyelamatkan *Utusan Melayu* atas alasan bahawa sebahagian besar pemegang saham *Utusan Melayu* terdiri daripada penyokong UMNO. Berikutan pengambilalihan oleh UMNO, pendedaran akhbar *Utusan Melayu* telah dapat dipulihkan dan Utusan Melayu (M) Berhad telah dapat mengembangkan perniagaan dengan lebih luas lagi dengan menerbitkan beberapa buah majalah, sebuah akhbar mingguan dengan tulisan rumi, *Mingguan Malaysia* dan *Utusan Malaysia* yang pasarannya meningkat jauh mengatasi *Utusan Melayu* sendiri.⁷

⁷ Ibid., *Mahathir Di Sebalik Tabir*, hlm 237.

Sehubungan ini, kerajaan BN yang mempunyai dominasi kuasa turut menggunakan kuasanya untuk mempengaruhi rakyat Kelantan melalui *Berita Harian* dan *Utusan Malaysia*.

Walaupun usaha ini dilakukan rakyat Kelantan masih tidak mahu menerima paparan *Berita Harian* dan *Utusan Malaysia* kerana mereka lebih sesuai dengan kepimpinan dari parti pembangkang di kalangan PAS dan parti lain yang bergabung dalam pakatan pembangkang di Kelantan. Prof Sankaran Ramanathan dan Prof Dr Baharuddin Aziz dalam kajian mereka yang dibantu 55 penuntut Institut Teknologi Mara (ITM) di Bachok, Kelantan, Marang Terengganu, Parit Buntar, Perak dan beberapa kawasan lain di seluruh negara mendapati keputusannya: "*With the regard to how far the mass media and interpersonal channels of communication have influenced the voters' choice more than half respondents stated that they were not directly influenced by the information that was channeled through the mass media. About 58.4% or 619 respondents stated that they were not manipulated by mass media and interpersonal communication channels in making their voting decision.*"⁸

⁸ Sankaran Ramanathan dan Dr Baharuddin Aziz, "*Survey On Voters' Attitudes and Opinions Regarding The Role Of The Mass Media During The 1990 Malaysian Election Campaign*", School of Mass Communication, Institut Teknologi Mara (ITM), 1995, hlm 3

Ini bermakna peranan yang dimainkan *Berita Harian* dan *Utusan Malaysia* tidak memberi kesan. Pandangan dan pendapat ini jelas seperti yang telah dikemukakan melalui soal selidik, wawancara dan pengamatan yang dijalankan.

1.3 Objektif Kajian

Kajian ini mempunyai objektif berikut:

1. Melihat pola penyiaran berita dalam pilihan raya umum 1995 dan 1999 di Kelantan.
2. Melihat jumlah berita politik dalam pilihan raya umum 1995 dan 1999 di Kelantan.
3. Melihat kepentingan media massa terutama media cetak dalam organisasi politik, termasuk dalam parti dan masyarakat.
4. Melihat keseimbangan liputan berita pilihan raya umum bagi tempoh dua penggal di Kelantan (1995 dan 1999).
5. Melihat penyelarasan berita dalam organisasi akhbar utama negara.

6. Melihat kepentingan dominasi pemilikan akhbar oleh parti tertentu di negara ini terutama UMNO.
7. Melihat tahap kepercayaan orang ramai dalam penyiaran sesebuah berita dalam pilihan raya umum.
8. Melihat akhbar sebagai alat kempen dalam pilihan raya umum di Kelantan.
9. Melihat kaedah kempen yang paling mempengaruhi pengundi di Kelantan.
10. Melihat dan mengkaji sejauh mana akhbar mempengaruhi pengundi dalam pilihan raya umum.

1.4 – Batasan Kajian

Kajian ini tertumpu kepada rakyat Kelantan yang majoritinya berbangsa Melayu dan terhad kepada pengundi di Kelantan yang kebanyakan latar belakang responden yang kuat berpegang teguh dengan ajaran agama Islam. Malahan kajian ini dilakukan di kawasan

Parlimen Pengkalan Chepa dan Peringat yang sememangnya majoritinya bangsa Melayu dan bukan multiracial seperti mana kajian di negeri-negeri Pantai Barat.

Kajian juga tertumpu kepada orang dewasa dan bukan orang muda, mungkin kajian lain boleh dilakukan kepada orang muda pada masa akan datang. Kajian juga banyak dipengaruhi dengan pola pengundian yang terpengaruh dengan isu bekas Timbalan Perdana Menteri, Datuk Seri Anwar Ibrahim.

Kajian terhadap peranan *Berita Harian dan Utusan Malaysia* terpaksa ditumpu kepada dua kawasan Parlimen sahaja, iaitu Pengkalan Chepa dan Peringat walaupun Kelantan mempunyai 11 kerusi Parlimen. Langkah itu diambil memandangkan kemungkinan batasan dari segi masa dan masalah mentadbir penyelidikan, khususnya menyebar soal selidik.

1.5 - Teori

Memandangkan kadar literasi yang tinggi di kalangan anggota masyarakat dewasa ini, menyebabkan mereka adalah khalayak yang

sering mendapat maklumat daripada media massa dan membuat penilaian berdasarkan kepada pemahaman mereka.

Khalayak yang mempunyai kebolehan menulis dan membaca yang tinggi boleh membuat rumusan dan tafsiran mereka sendiri selepas setiap persoalan yang muncul di hadapan mereka. Selalunya terpulunglah kepada khalayak untuk menentukannya dan keputusan diambil berdasarkan pemahaman mereka.

Elisabeth Noelle-Neumann's dalam Teori *Spiral Of Silence* turut menegaskan sesebuah negara demokrasi bergantung harap dengan pengundi senyap dan mereka yang tidak terbabit secara langsung adalah jumlah pengundi terbanyak dalam sesuatu pilihan raya.⁹ Mereka (pengundi) dalam keadaan semula jadi mempunyai kemampuan memilih sesuatu mengikut kehendak mereka sendiri jika mereka mahukan perubahan.

Malahan, pengaruh pengundi senyap lebih berkesan daripada percakapan harian. Kemampuan semula jadi untuk memilih siapa sahaja calon yang dirasakan dapat memberi input yang penting

⁹ Moscovici Serge, *Silent Majorities and Loud Minorities*, *Communications Year Book* 1991, hlm 298.

dalam sesebuah masyarakat. Apabila majoriti pengundi ini merasakan calon itu penting dalam sesebuah masyarakat secara sedar atau tidak sedar akan menentukan corak pemikiran, kepercayaan serta sikap mereka sebelum bertindak mendiamkan diri dalam masyarakat. Bagaimanapun, media massa boleh memperakukan kuasanya tetapi individu (pengundi) berhak memilih.¹⁰

Kesimpulannya pengundi mahu media massa menyusun atur pemikiran mereka. Ia akan berlaku kepada mereka yang sangat memerlukan perubahan dan tidak berlaku pada mereka yang tidak mahu perubahan. Apa pun, kuasa dan pengaruh media massa memang sedia ada tetapi pengundi mempunyai kebebasan memilih.

Oleh itu, kajian ini menggunakan Teori *Spiral of Silence* dalam semua aspek kajian walaupun beberapa teori asas seperti Teori Sebaran Dua Peringkat yang dikemukakan oleh Katz dan Lazarsfeld (1955) meletakkan peranan pemimpin pendapat dan komunikasi bersemuka sebagai unsur penting untuk menguji keberkesanan komunikasi massa kerana komunikasi bersemuka

¹⁰. E Griffin, *A First Look At Communication Theory*, New York, The McGraw-Hill Companies. Inc, 1997, hlm 377.

memang tidak dinafikan pada awal tahun 1940-an. Malahan saluran media tersebut membolehkan seseorang individu atau beberapa individu berkomunikasi di khalayak ramai.¹¹ Ini membawa maksud media massa tidak lagi boleh dianggap sebagai mempunyai kuasa dan pengaruh yang kuat seperti yang diandaikan pada satu ketika dahulu.

Perkembangan komunikasi itu disebabkan penemuan teori baru yang dikemukakan oleh Elisabeth Noelle-Neumann's dalam Teori *Spiral of Silence* yang menegaskan kemenangan dalam pilihan raya juga disebabkan pengundi senyap yang bertindak melakukan perubahan apabila mereka mahukan perubahan.

Fakta ini menunjukkan pihak tertentu dapat mencorakkan media mengikut kehendak mereka dalam memastikan kekuasaan dalam bidang politik dikekalkan. Kaedah penguasaan dalam media akan diteruskan dalam memaksa semua pihak secara langsung ataupun tidak langsung bagi menerima apa yang dipaparkan dalam media massa untuk mengekalkan kuasa tetapi pengundi senyap menentukan segala-galanya dalam pilihan raya.

¹¹ Ibid., *Teknologi Komunikasi Media Baru Dalam Masyarakat*, hlm 3.

1.6 – Kajian Lalu

Pilihan raya kecil di Kelantan pensyarah kanan Institut Teknologi Mara (ITM), Shah Alam, Sankaran Ramanathan bersama dengan penuntut sebaran am menjalankan penyelidikan berasaskan topik "*Perceptions and Attitudes of Voters*" in Kelantan and Terengganu Affecting The Malaysiaan General Elections of 1986. Kajian seterusnya ialah *The Role Of The Mass Media In The Electoral Process 1990*. Tiga peringkat kajian analisis dilakukan seperti liputan media massa mengenai kempen pilihan raya dalam media cetak dan elektronik dalam tempoh dua minggu membabitkan hari penamaan calon hingga hari pengundian.¹² Kajian itu menggunakan methodologi memunggut data secara analisis kandungan dan pemerhatian. Analisis kandungan membabitkan beberapa jenis akhbar, pertama akhbar

¹² Ibid, *Survey On Voters' Attitudes and Opinions Regarding The Role Of The Mass Media During The 1990 Malaysian Election Campaign*, hlm1.

berbahasa Melayu, akhbar berbahasa Inggeris dan media elektronik. Penemuan ialah kawalan media massa oleh kerajaan dilihat berfungsi pada kelompok tertentu dan tidak berfungsi dalam keadaan tertentu; penerbitan dan pengedaran Harakah telah membantu PAS menawan Kelantan; pamflet berbentuk fitnah dan khabar angin banyak membantu dalam kempen pilihan raya umum 1990; strategi PAS mengadakan mesyuarat tertutup berbanding kaedah ceramah banyak membantu kemenangan di Kelantan dan Terengganu dan kaedah *Interpersonal Communication* lebih efektif daripada media massa.

Bagaimana, pensyarah UKM, Muhammad Agus Yusoff, banyak menyentuh tentang pilihan umum 1990 dan pergolakan politik Kelantan dalam mengkaji perubahan dan perkembangan politik di bawah pemerintahan PAS dan S46. Kajian itu menumpukan apakah kemungkinan dua parti yang selama ini berlainan ideologi politik dapat bekerjasama memerintah dan membangunkan Kelantan. Muhammad Agus menggunakan kaedah yang sama seperti Sankaran dan penemuan pertamanya, perjuangan keagamaan PAS bersesuaian dengan tradisi kepercayaan agama masyarakat Melayu-Islam Kelantan. Keduanya, kemenangan APU tidak didokong oleh PAS tetapi disebabkan kebencian masyarakat Melayu Kelantan kepada UMNO. Ketiganya, imej perpaduan yang ditonjolkan antara

penyokong-penyokong PAS dengan Semangat 46 telah menarik dan menyakinkan pengundi-pengundi supaya menyokong gagasan APU.¹³

Dalam kajian peranan media, Dr Abdul Latiff Abu Bakar memfokuskan kepada peranan media dalam pilihan raya persekutuan dengan menjadikan akhbar *Utusan Malaysia* sebagai bahan kajian pada 1959 dan 1964. Hasil kajian itu mendapati Utusan Melayu digunakan oleh parti pemerintah untuk berkempen dalam pilihan raya ketika itu dan akhbar itu mempunyai format yang sama apabila membuat liputan pilihan raya persekutuan.

Bagaimanapun, seorang pensyarah Universiti Kebangsaan Malaysia (UKM), Syed Arabi Idid, media massa mempunyai agenda tertentu dalam membuat liputan dalam pilihan raya umum¹⁴ banyak menyentuh tentang peranan pelbagai jenis media massa dari akhbar berbahasa Melayu, Inggeris dan Cina dalam pilihan raya umum di negara ini yang menumpukan kepada pola pengundi, kepercayaan terhadap televisyen, ceramah politik, pekerja politik, kepimpinan, pemilihan parti atau calon.

¹³ Mohamad Agus Yusoff, *Politik Kelantan Selepas Pilihanraya 1990*, Institut Alam dan Tamadun Melayu, Universiti Kebangsaan Malaysia (UKM), 1994, hlm 114.

¹⁴ Syed Arabi Idid, *Peranan Media Massa Dalam Pilihan Raya Umum*, Dewan Bahasa dan Pustaka, Kuala Lumpur, 1995, hlm 92.

Maxwell McCombs, dari University of Texas, Prof Juan Pablo Llamas dan Prof Esteban Lopez-Escobar dari University of Navarra in Pamplona, Sepanyol, dan Prof Federico Rey dari University of Buenos Aires, Argentina yang bertajuk *Candidate Images In Spanish Elections: Second-Level Agenda-Setting Effects* yang dijalankan di Sepanyol pada 1995. Kaedah kajian itu membabitkan kaedah analisis kandungan dan kajian lapangan untuk melihat pengaruh akhbar, berita televisyen, pengiklanan di televisyen dan akhbar yang memaparkan imej calon sesebuah parti.¹⁵ Fokus analisis kandungan dipecahkan kepada tiga kategori iaitu, ideologi dan isu, kelayakan dan pengalaman serta personaliti seseorang calon yang dianalisisakan melalui media massa yang menekankan aspek berita positif, negatif dan neutral. Penemuan bagi kajian itu mendapati media massa yang mengaplikasikan teori *second agenda setting* memang memberi kesan kepada pengundi dalam pilihan raya umum dan perbandaran di Sepanyol.

Prof Frederick Fico and Prof William Cote membuat kajian untuk melihat akhbar di bandar Michigan membuat liputan pilihan raya presiden 1996 di Amerika Syarikat dengan memfokuskan adakah

¹⁵ Maxwell McCombs, Juan Pablo Llamas, Esteban Lopez-Escobar and Federico Rey, *Candidate Images In Spanish Elections: Second-Level Agenda-Setting Effects*, *Journalism and Mass Communication Quarterly*, Vol 80, Winter, hlm 703.

struktur berita mempengaruhi pengundi dan apakah liputan berita adil ataupun menyebelahi pihak tertentu. Kajian itu berdasarkan kajian lalu yang dilakukan oleh Kenny dan Simpson yang mengakui bahawa *ownership* (pemilikan) menyebabkan liputan berita tidak adil dalam pilihan raya 1988. Kaedah kajian ialah analisis kandungan dan kajian lapangan bilik berita akhbar di Michigan, Amerika Syarikat. Penemuan kajian itu ialah liputan berita pada pilihan raya 1996 tidak seimbang dalam aspek jumlah berita mahupun struktur meletakkan berita dalam akhbar.¹⁶

Memandangkan semua kajian di atas lebih mengkaji kepada peranan akhbar secara umum apabila Sankaran, pensyarah UKM dan ITM tertumpu melakukan kajian pelbagai jenis suratkhbar dan media elektronik berbanding pengkaji hanya menfokuskan *Berita Harian* dan *Utusan Malaysia*. Malahan, pengkaji mencari kelainan dalam kajian ini apabila membuat perbandingan dalam dua pilihan raya bagi mendapatkan fakta sebenar peranan media massa dalam dua pilihan raya umum yang penting itu.

¹⁶ Frederick Fico and William Cote, *Fairness and Balance In The Structural Characteristics Of Newspaper Stories On The 1996 Presidential Election*, *Journalism and Mass Communication Quarterly*, Vol 76, Spring, 1999, hlm 134.

Selain itu, perbezaan kajian ini dengan kajian sarjana dan pelajar sebelum ini ialah pengkaji lebih membentangkan peranan akhbar *Berita Harian* dan *Utusan Malaysia* dalam menyebarkan bahan berita dan pada masa yang sama melihat adakah akhbar berjaya menjalankan tugas mereka sebelum pilihan raya dalam konteks di Kelantan sahaja dan kajian perbandingan pilihan raya 1995 dan 1999. Ini kerana terdapat dua bentuk komunikasi yang dikesan di Kelantan, iaitu yang membabitkan komunikasi massa dan komunikasi bersemuka. Di Barat mendapati media baru menyediakan kemudahan baru kepada individu dalam khalayak dan individu mempunyai pilihan lebih luas untuk menyampai dan memproses informasi.¹⁷

1.7 – Persoalan Kajian

Memandangkan kepentingan media massa, Malaysia sebagai negara sedang membangun menjalankan dasar kebebasan akhbar. Dasar itu bermatlamat untuk menyalurkan maklumat dalam pelbagai bidang seperti politik, hiburan, sukan, dunia, pendidikan, teknologi maklumat dan ilmu pengetahuan sebanyak mungkin kepada segenap lapisan masyarakat. Pemimpin negara ini juga percaya

¹⁷ Ibid., *Teknologi Komunikasi, Media Baru Dalam Masyarakat*, hlm 7.

kepada kebebasan akhbar, tetapi kebebasan itu sebagaimana juga kebebasan dan hak-hak lain, seiring dengan tanggungjawab.

Bagaimanapun, kebebasan akhbar masih tertakluk kepada dasar-dasar utama yang ditetapkan oleh lembaga pengarah, ketua pengarang dan penolong ketua pengarang sesebuah akhbar. Malah penguasaan organisasi akhbar oleh parti politik juga sudah bermula sejak Perdana Menteri pertama Tanah Melayu, Tunku Abdul Rahman Putra yang bertindak menyuruh UMNO mengambil alih *Utusan Melayu* pada 1961.¹⁸

Mengikut fakta sejarah, Ketua Pengarang *Utusan Melayu* ketika itu, Said Zahari dikemukakan empat dasar yang ditetapkan oleh Tunku Abdul Rahman supaya akhbar *Utusan Melayu* membantu Parti Perikatan.¹⁹ Antara dasar berkenaan ialah memberi sokongan penuh kepada parti yang memerintah kerana ia lebih menguntungkan dari segi perniagaan. Kedua, menyiarkan berita-berita yang benar, tetapi membatasi kepala-kepala berita parti-parti lain. Dasar ketiga membabitkan arahan menyiarkan lebih banyak berita dan kepala berita yang besar mengenai menteri-menteri Perikatan dan ia dapat

¹⁸ *Ibid.*, *Mahathir Di Sebalik Tabir*, hlm 210.

¹⁹ Abdul Latiff Abu Bakar, *Peranan Media Massa Dalam Pilihan Raya Persekutuan*, hlm 1.

dilakukan termasuk membuat kenyataan penting, dan yang terakhir menyokong Perikatan apabila perbuatan sudah dilakukan dan mengkritik secara membina sesuatu keputusan yang buruk dibuat.

Kejayaan Perikatan itu diikuti oleh kerajaan BN untuk diambil alih syarikat akhbar. Oleh yang demikian, tradisi parti politik memiliki saham kumpulan akhbar berterusan dari zaman Tunku Abdul Rahman, Tun Abdul Razak, Tun Hussien Onn hingga kepimpinan Perdana Menteri Malaysia, Datuk Seri Dr Mahathir Mohamad yang hampir semua saham akhbar dimiliki oleh parti politik. Daripada akhbar berbahasa Tamil seperti *Tamil Nesan* yang dimiliki sahamnya oleh MIC, kepada The Star dan akhbar berbahasa Cina, China Press, Nanyang Siang Pau dikuasai oleh MCA menerusi Syarikat Huaren (M) Sdn Bhd. Manakala, akhbar berbahasa Melayu seperti di *Utusan Malaysia* dan *Berita Harian* dimiliki oleh UMNO. Akhbar *New Straits Times* (NST) juga dimiliki oleh parti memerintah, iaitu UMNO.

Keadaan itu menyebabkan pelbagai pihak terutama parti pembangkang menyifatkan kandungan dalam akhbar tempatan di negara ini, isi kandungannya lebih menjurus dan menyokong serta mengampu kumpulan yang memiliki saham terbesarnya. Kenyataan seumpama ini digambarkan oleh Asiah Sarji dalam bukunya yang

mengatakan "Media di Malaysia dianggap seumpama puteri jelita bagi mereka yang mahukan kuasa: memiliki dan menggunakannya dengan sepenuhnya adalah satu kebanggaan. Media juga adalah seperti senjata, lebih kukuh pemilikan dan kawalannya lebih gagah pemerintah yang sedia ada. Oleh itu, institusi media sama pentingnya dengan institusi sosial lain terutama politik."²⁰

Persoalan kajian pertama untuk melihat sejauh mana peranan *Berita Harian* dan *Utusan Malaysia* telah membuat liputan tidak seimbang serta lebih berpihak kepada kerajaan dan parti komponen BN dalam menghadapi pilihan raya 1995 dan 1999 di Kelantan. Persoalan kajian kedua menjurus kepada melihat peranan akhbar arus perdana *Berita Harian* dan *Utusan Malaysia* masih gagal mempengaruhi minda rakyat Kelantan supaya menyokong BN ataupun khususnya UMNO dalam pilihan umum 1995 dan 1999. Ini kerana kedua-dua akhbar ini bersungguh-sungguh serta bercita-cita besar untuk mempengaruhi minda kelompok pengundi supaya mempercayai paparan berita terutama ketika pilihan raya umum.

Ini kerana Dr Abdul Latiff Abu Bakar dalam kajiannya dalam pilihan raya 1959 hingga 1964, sehingga sekarang, akhbar yang

²⁰ Asiah Sarji, *Penyiaran Dan Masyarakat, Isu-isu Perutusan di Malaysia-Arah dan Masalah, Satu Kumpulan Esei*, Dewan Bahasa dan Pustaka, Kuala Lumpur, 1991, hlm 3.

dikuasai oleh syarikat Utusan Melayu Sdn Bhd seperti UM (yang asal) dan *Utusan Malaysia* (rumi) masih mempunyai format yang sama apabila membuat liputan Pilihan Raya Persekutuan. Ruangan rencana pengarang dan rencana ditulis dengan tujuan menyokong rancangan pembangunan kerajaan Perikatan (Barisan Nasional) dan mengkritik rancangan dan dasar parti pembangkang.²¹

Persoalan kajian ketiga ialah pengkaji lebih menitikberatkan soal ketidakmampuan dan kepincangan kedua-dua akhbar ini dalam menjalankan tugas mereka, terutama dalam usaha melakukan perubahan minda terhadap rakyat Kelantan. Persoalan kajian keempat ialah tumpuan pengkaji untuk melihat kaedah kempen yang mempengaruhi pengundi di Kelantan walaupun *Berita Harian* dan *Utusan Malaysia* cuba membantu kerajaan memerintah dengan menyuntik ideologi politik BN dan pada masa yang sama media massa menjalankan tanggungjawab sosial serta menjadi agen pembangunan minda.

Dua persoalan kajian ini diambil kira berdasarkan kenyataan Menteri Besar Kelantan, Datuk Nik Abdul Aziz Nik Mat pada 30 Mei 1999²² dan Pengerusi Jawatankuasa Pentadbiran Awam, Kerajaan Tempatan dan Pembangunan Wilayah Negeri Kelantan, Takiyuddin

²¹ Ibid., *Peranan Media Dalam Pilihan Raya Persekutuan*, hlm 289.

Hassan dalam temubual di Kota Darulnaim, Kota Bharu, Kelantan pada 30 Mac 2000,²³ dan bekas Setiausaha UMNO Kelantan, Datuk Ahmad Rusli Iberahim yang juga bekas Ahli Dewan Undangan Negeri (ADUN) Salor di Kota Bharu Kelantan dalam temubual pada 7 April 2001²⁴ yang menjelaskan akhbar bukan faktor penentu dalam pilihan raya sebaliknya apa yang penting strategi kempen bersemuka dan pencapaian sesebuah parti dalam mempengaruhi masyarakat Kelantan memilih parti yang bakal diundi dalam pilihan raya umum.

²² Temubual dengan Nik Abdul Aziz Nik Mat

²³ Temubual dengan Pengerusi Jawatankuasa Pentadbiran Awam, Kerajaan Tempatan dan Pembangunan Wilayah Negeri Kelantan, Takiyuddin Hassan di Kota Darulnaim, Kota Bharu, Kelantan pada 20 Mac 2000.

²⁴ Temubual dengan bekas Setiausaha Umno Kelantan, Datuk Ahmad Rusli Iberahim yang juga bekas Ahli Dewan Undangan Negeri (Adun) Salor di Kota Bharu, Kelantan pada 7 April 2001.