

BAB 3

HALA TUJU RTM UNTUK MENENTUKAN KEBERKESANANNYA SEBAGAI MEDIA PEMBANGUNAN NEGARA

3.1 Pendahuluan

Bab ini akan menganalisis secara kritikal hasil kajian yang dijalankan oleh Cawangan Penyelidikan, Kementerian Penerangan Malaysia bagi membuktikan keberkesanan pemrograman RTM sebagai media pembangunan negara.

Laporan Kajian Peranan RTM sebagai Media Saluran Maklumat 2000 setebal 155 muka surat telah diterbitkan oleh Cawangan Penyelidikan, Bahagian Perancangan dan Penyelidikan Kementerian Penerangan Malaysia untuk melihat sejauh manakah RTM memainkan peranannya sebagai media yang membangunkan rakyat dan negara. Sejauh manakah pemrograman yang disiarkan menerusi Saluran TV1 dan Saluran TV2 memaparkan matlamat dan dasar kerajaan serta selaras dengan visinya sebagai badan rasmi kerajaan. Peranan RTM diasaskan kepada objektif utama Kementerian Penerangan iaitu menjadi media rasmi kerajaan dan menjadi sebagai salah satu alat pengukur maklumat dan penyubur minda menerusi pemrograman hiburan, pendidikan serta

rancangan-rancangan lain yang boleh mendorong kepada pembentukan masyarakat yang berilmu, beretika dan berkualiti sejajar dengan matlamat pembangunan negara.

Analisis ini menumpukan perhatian kepada penontonan responden terhadap rancangan berbentuk maklumat dan mesej kerajaan, tahap kesedaran responden terhadap RTM sebagai media pembangunan negara, tahap gunapakai maklumat dan mesej kerajaan dalam pembangunan rakyat dan penilaian terhadap RTM mengikut kaum. Kajian ini dibuat sejajar dengan objektifnya sebagai penyiar nasional (national broadcaster) yang berperanan *memberikan perkhidmatan penyiaran dan menyebarkan maklumat melalui radio dan TV bagi membina sikap, peribadi, pemikiran dan nilai-nilai yang sesuai untuk memajukan dan menjayakan pembangunan sosio-ekonomi masyarakat selaras dengan cita-cita negara di samping memupuk perpaduan nasional*. RTM juga berperanan dalam menggerakkan minda rakyat, meningkatkan kesedaran sivik serta memberi penerangan dan pendidikan kepada mereka.

RTM adalah stesen penyiaran perkhidmatan awam (public broadcaster) yang merupakan media kerajaan yang berkonsepkan "INFOTAINMENT" iaitu memberi perkhidmatan pendidikan dan informasi selain daripada rancangan hiburan. Peratus masa siaran bagi rancangan berita dan penerangan serta pendidikan bagi TV1 adalah (49%) dan TV2 (35%).

Mengikut hasil penemuan kajian lepas, Kajian Penontonan TV di Lembah Klang 1996 dan Kajian Persaingan TV Sempadan (Kelantan, Kedah, Perlis) 1997 di antara

sebab utama tidak menonton Saluran TV1 dan Saluran TV2 adalah kerana tidak minat menonton TV tersebut, rancangan yang disiarkan kurang menarik, banyak rancangan Melayu dan siaran tidak jelas. Komen orang ramai terhadap TV1 dan TV2 melalui kajian lepas adalah terlalu banyak iklan, berita tidak menarik dan filem yang ditayangkan adalah filem lama dan tayangan ulangan. Cadangan supaya orang ramai lebih meminati TV1/TV2 adalah untuk menyusun semula waktu siaran, memperbanyak pemrograman yang berunsurkan maklumat, menambahkan rancangan yang menarik dan rancangan berita perlu diperlu diperbaiki lagi.

Mengikut Kajian Persaingan Radio di Sempadan Selatan 1997, 59% daripada pendengar radio paling suka mendengar radio RTM. Di antara sebab meminati radio RTM adalah kerana ianya siaran tempatan, sudah biasa dengan siaran tersebut, rancangan menarik dan menghiburkan, berita terkini serta banyak maklumat dan pengetahuan.

Penilaian orang ramai terhadap RTM dalam menyiarkan rancangan yang mempunyai nilai-nilai moral dan mesej yang baik, menyiarkan rancangan berbentuk maklumat dan pengetahuan, menyiarkan rancangan pendidikan / agama / ehwal semasa dan perkara yang berkaitan dengan masyarakat (human interest) adalah masih di tahap sederhana ke atas (Kajian Populariti 1996).

RTM merupakan saluran maklumat kerajaan. Maka pemrograman berbentuk pendidikan dan maklumat telah diberi keutamaan selain daripada rancangan hiburan.

Walau bagaimanapun, rancangan yang disiarkan oleh RTM adalah sama dengan stesen swasta tetapi berbeza dari segi gaya persembahannya sahaja. Oleh itu untuk mengetahui sejauh manakah keberkesanan peranan RTM sebagai saluran maklumat kerajaan setelah wujudnya stesen Radio dan TV swasta. Maka pihak pengurusan atasan Kementerian Penerangan Malaysia menyarankan supaya penyelidikan ini dilakukan.

Pungutan data dijalankan dengan menemubual secara bersemuka dengan menggunakan borang selidik dan juga pos. (Sila lihat Lampiran 1). Responden kajian terdiri daripada penonton TV dalam masa satu bulan sebelum kajian dijalankan. Responden adalah berumur 15 tahun ke atas dan merupakan warganegara Malaysia. Pungutan data dijalankan di Semenanjung Malaysia, Sabah dan Sarawak.

Kajian ini dijalankan di kawasan yang boleh menerima siaran TV RTM dan Swasta iaitu :

- i. TV Metrovision dapat ditonton di bandar-bandar utama Semenanjung Malaysia.
- ii. NTV7 hanya dapat ditonton di beberapa kawasan Semenanjung Malaysia, Kota Kinabalu dan Kuching.

Persampelan adalah secara "Non Random Sampling" iaitu kombinasi di antara persampelan kawasan dan kuota. Jumlah responden ialah 2800 orang yang dipecahkan kepada 400 orang setiap zon di Semenanjung Malaysia iaitu Zon Selatan, Zon Utara, Zon Timur dan Zon Tengah, di Sabah 600 orang termasuk Kota Kinabalu, Sandakan dan Tawau dan Sarawak pula terdiri daripada 600 orang iaitu Kuching, Miri dan Sibu.

Namun sejak kebelakangan ini, setelah wujudnya lebih banyak stesen televisyen swasta seperti Sistem Televisyen Malaysia Berhad (TV3), Saluran Ceria Anda (NTV7), Metro Vision dan Astro, pemrograman yang diterbitkan oleh RTM dikatakan kurang bermutu dan kurang menambat hati khalayak. RTM kini mempunyai persaingan yang hebat berikutan rakyat mempunyai lebih banyak pilihan dalam mendapatkan maklumat yang terkini. Malahan, teknologi yang semakin canggih telah masuk ke negara lantaran dasar langit terbuka yang diamalkan. Maka, kajian ini dijalankan untuk mengetahui keberkesanan peranan RTM sebagai saluran maklumat kerajaan dan sebagai media pembangunan negara .

3.2 RANCANGAN BERBENTUK MAKLUMAT/MESEJ KERAJAAN DALAM PEMBANGUNAN RAKYAT DAN NEGARA

3.2.1 PENONTONAN SECARA AM

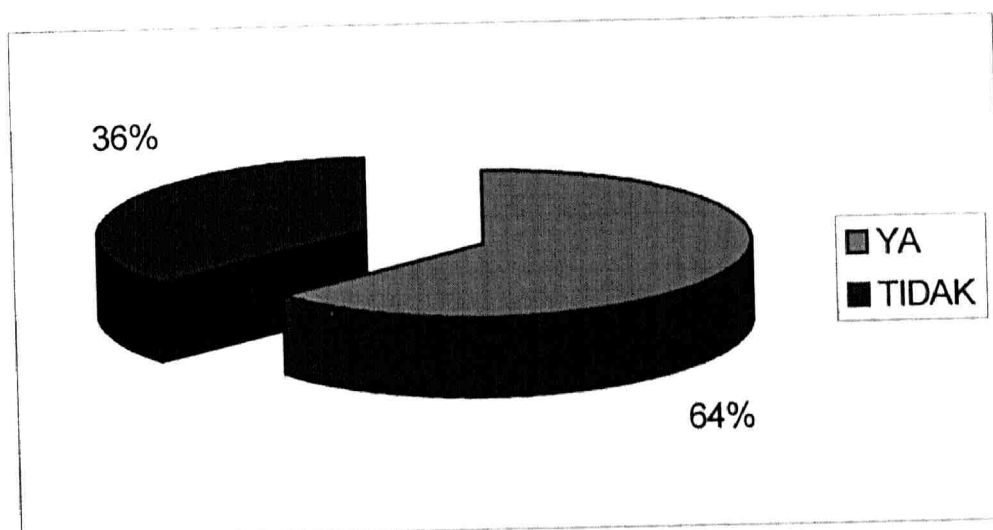
3.2.1.1 KESELURUHAN

Seramai 1606 orang atau 64 % daripada penontonan TV RTM menonton rancangan yang berbentuk maklumat dan mesej kerajaan.

**JADUAL 3.1 : MENONTON RANCANGAN BERBENTUK
MAKLUMAT/ MESEJ KERAJAAN**

MENONTON	BILANGAN	PERATUS
Ya	1606	64
Tidak	895	36
JUMLAH	2501	100

Sumber : Cawangan Penyelidikan, Kementerian Penerangan Malaysia



Sumber : Cawangan Penyelidikan, Kementerian Penerangan Malaysia

**CARTA 3.1 : MENONTON RANCANGAN BERBENTUK
MAKLUMAT/ MESEJ KERAJAAN**

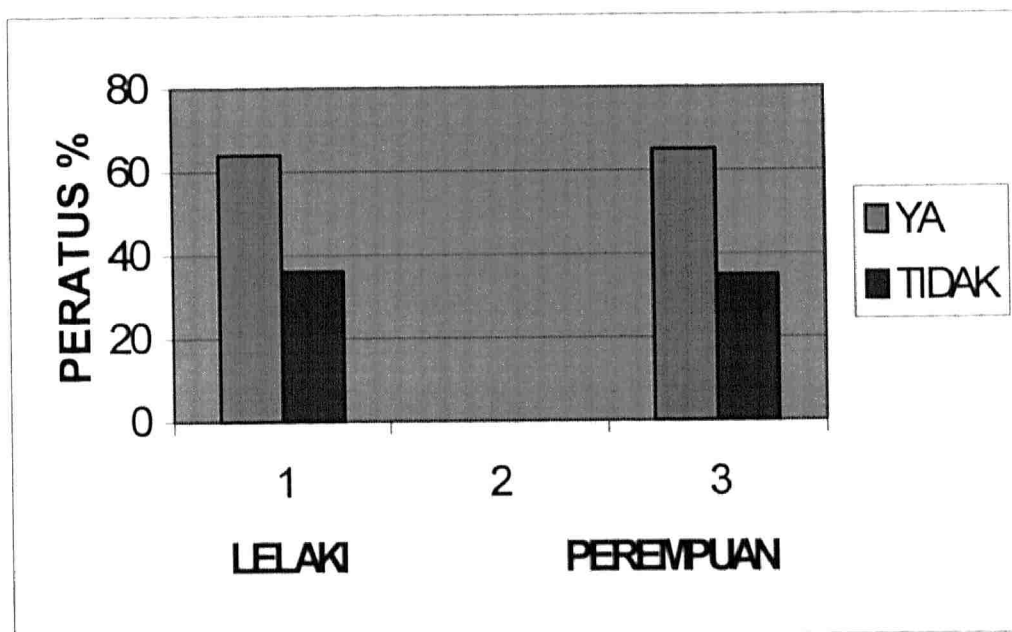
3.2.1.2 Jantina

Kadar penontonan lelaki yang menonton rancangan berbentuk maklumat adalah 64% dan perempuan 65%.

**JADUAL 3.2 : MENONTON RANCANGAN BERBENTUK
MAKLUMAT / MESEJ KERAJAAN MENGIKUT JANTINA**

JANTINA	MENONTON				JUMLAH	
	YA		TIDAK			
	1606		895			
Lelaki Perempuan	BIL	%	BIL	%	BIL	%
	808	64	457	36	1265	100
	798	65	438	35	1236	100

Sumber : Cawangan Penyelidikan, Kementerian Penerangan Malaysia



Sumber : Cawangan Penyelidikan, Kementerian Penerangan Malaysia

**CARTA 3.2 : MENONTON RANCANGAN BERBENTUK
MAKLUMAT / MESEJ KERAJAAN MENGIKUT JANTINA**

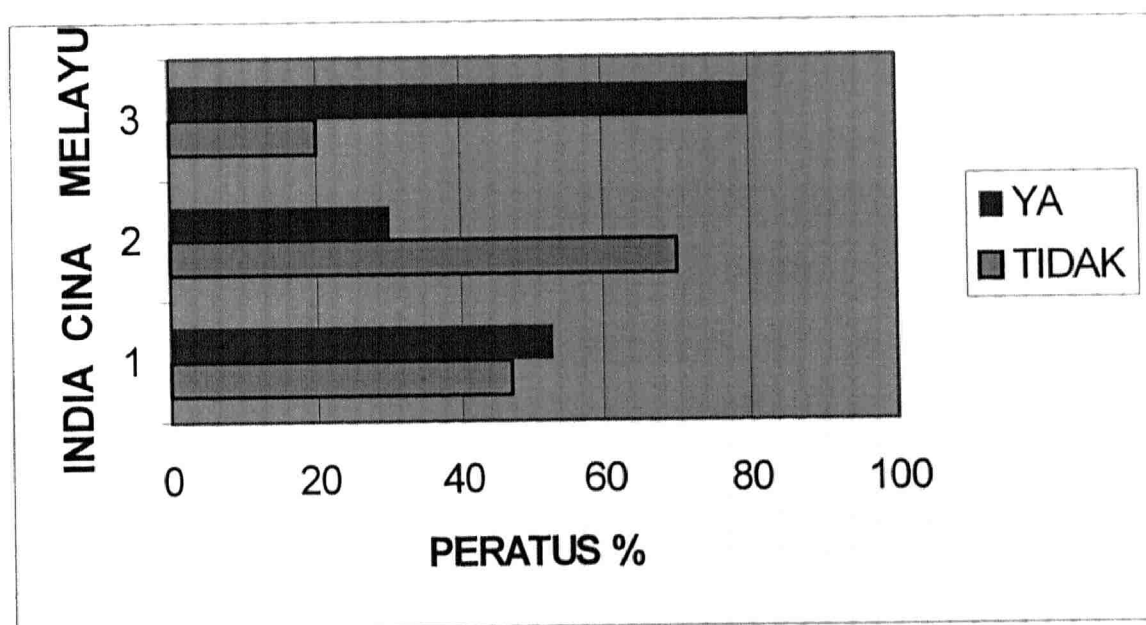
3.2.1.3 KAUM

Rancangan berbentuk maklumat atau mesej kerajaan lebih ramai ditonton oleh kaum Melayu berbanding dengan kaum yang lain. Kadar penontonan kaum Melayu adalah 80%, Cina 30% dan India 53%.

**JADUAL 3.3 : MENONTON RANCANGAN BERBENTUK
MAKLUMAT/MESEJ KERAJAAN MENGIKUT KAUM**

KAUM	MENONTON				JUMLAH	
	YA		TIDAK			
Melayu Cina India/dll	BIL	%	BIL	%	BIL	%
	1300	80	315	20	1615	100
	209	30	493	70	702	100
	97	53	87	47	184	100

Sumber : Cawangan Penyelidikan, Kementerian Penerangan Malaysia



Sumber : Cawangan Penyelidikan, Kementerian Penerangan Malaysia

**CARTA 3.3 : MENONTON RANCANGAN BERBENTUK
MAKLUMAT/MESEJ KERAJAAN MENGIKUT KAUM**

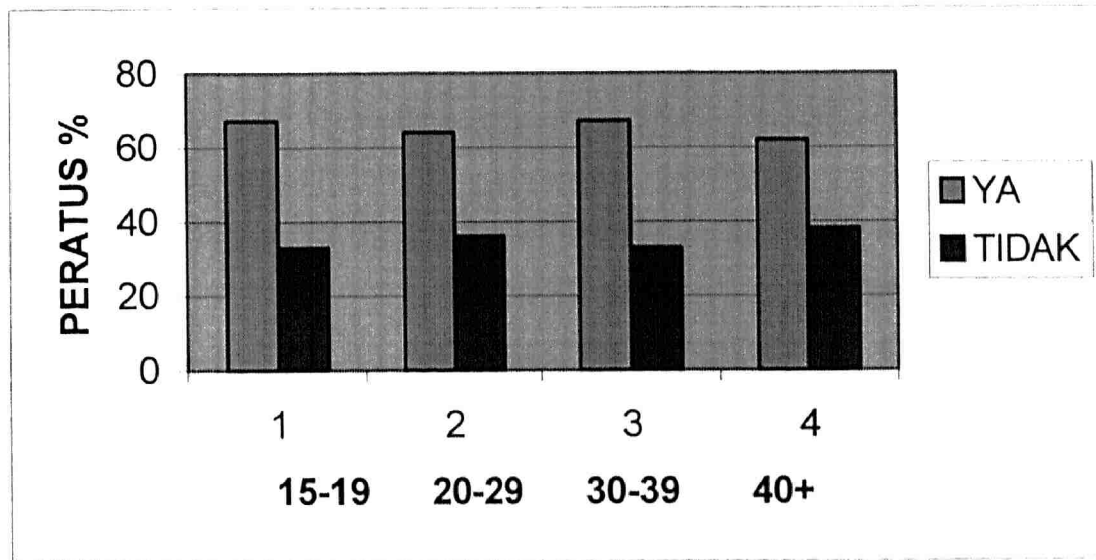
3.2.1.4 UMUR

Lebih 50% daripada responden bagi kategori semua kumpulan umur ada menonton rancangan berbentuk maklumat mesej kerajaan. Kadar umur 15-19 tahun adalah 67%, 20-29 tahun 64%, 30-39 tahun 67% dan 40 ke atas 62%.

**JADUAL 3.4 : MENONTON RANCANGAN BERBENTUK MAKLUMAT/
MESEJ KERAJAAN MENGIKUT UMUR**

KUMPULAN UMUR(TAHUN)	MENONTON				JUMLAH	
	YA		TIDAK			
	BIL	%	BIL	%	BIL	%
15-19	270	67	135	33	405	100
20-29	409	64	235	36	644	100
30-39	375	67	183	33	558	100
40 KE ATAS	552	62	342	38	894	100

Sumber : Cawangan Penyelidikan, Kementerian Penerangan Malaysia



Sumber : Cawangan Penyelidikan, Kementerian Penerangan Malaysia

**CARTA 3.4 : MENONTON RANCANGAN BERBENTUK MAKLUMAT/ MESEJ
KERAJAAN MENGIKUT UMUR**

3.2.2 RANCANGAN BERBENTUK MAKLUMAT / MESEJ KERAJAAN

3.2.2.1 KESELURUHAN

Rancangan berbentuk maklumat/mesej kerajaan yang popular di TV RTM adalah Forum Perdana (65%) , Selamat Pagi Malaysia (58%) , Komentor (30%) , Wawancara dan Gemilang Malaysia masing-masing (25%) dan Global (24%).

**JADUAL 3.5 : PENONTONAN RANCANGAN BERBENTUK
MAKLUMAT/MESEJ KERAJAAN**

KAUM	JANTINA			
	LELAKI		PEREMPUAN	
	808		798	
	BIL	%	BIL	%
Forum Perdana	503	62	544	68
Selamat Pagi Malaysia	437	54	487	61
Komentar	247	31	238	30
Wawancara	234	29	173	22
Gemilang Malaysia	202	25	194	24
Global	227	28	165	21
Minda Wanita	31	4	239	30
Isu	149	18	119	15
Moving On 2	150	19	109	14
Info Nasional	114	14	111	14
Malaysia Permai	101	13	118	15

Sumber : Laporan Kajian Peranan RTM Sebagai Media Saluran Maklumat 2000

3.2.2.2 KAUM

Rancangan popular bagi Melayu adalah Forum Perdana 79%, Selamat Pagi Malaysia 65%, Komentar 35%, Wawancara 28% dan Gemilang Malaysia 27%. Kaum Cina pula adalah Global 69%, Moving On 2 43%, Selamat Pagi Malaysia 18% dan Gemilang Malaysia 12%. Kaum India dan lain-lain yang popular adalah rancangan Global 55%, Selamat Pagi Malaysia 47%, Moving On 2 36%, Gemilang Malaysia 24% dan Komentar 23%. Di sini didapati bahawa rancangan yang disiarkan oleh TV1 popular di kalangan

penonton Melayu dan TV2 pula di kalangan penonton Cina dan India serta lain-lain kaum.

**JADUAL 3.6 : PENONTONAN RANCANGAN BERBENTUK
MAKLUMAT/MESEJ KERAJAAN MENGIKUT KAUM**

RANCANGAN	KAUM					
	MELAYU		CINA		INDIA/DLL	
	1300		209		97	
	BIL	%	BIL	%	BIL	%
Forum Perdana	1026	79	6	3	15	15
Selamat Pagi Malaysia	841	65	37	18	46	47
Komentari	50	35	13	6	22	23
Wawancara	365	28	23	11	19	20
Gemilang Malaysia	348	27	25	12	23	24
Global	195	15	144	69	53	55
Minda Wanita	247	19	11	5	12	12
Isu	231	18	20	10	17	17
Moving On 2	135	10	89	43	35	36
Info Nasional	196	15	14	7	15	15
Malaysia Permai	204	16	7	3	8	8

Sumber : Laporan Kajian Peranan RTM Sebagai Media Saluran Maklumat 2000

3.2.2.3 UMUR

Forum Perdana mempunyai kadar penonton yang lebih tinggi bagi semua kumpulan umur. Rancangan Selamat Pagi Malaysia pula menunjukkan kadar penonton yang lebih

tinggi bagi kumpulan umur 20 - 29 tahun (65%) berbanding peringkat umur yang lain.

Kadar penontonan tertinggi rancangan Gemilang Malaysia ialah bagi kumpulan umur

20-29 tahun iaitu sebanyak 30% .

JADUAL 3.7 : PENONTONAN RANCANGAN BERBENTUK MAKLUMAT/

MESEJ KERAJAAN MENGIKUT UMUR

RANCANGAN	KUMPULAN UMUR (TAHUN)							
	15-19		20-29		30-39		40 +	
	270		409		375		552	
	BIL	%	BIL	%	BIL	%	BIL	%
Forum Perdana	152	56	255	62	251	67	389	70
Selamat Pagi Malaysia	141	52	267	65	233	62	283	51
Komentari	75	28	127	31	136	36	147	27
Wawancara	74	27	97	24	104	28	132	24
Gemilang Malaysia	77	29	123	30	91	24	105	19
Global	85	31	104	25	89	24	114	21
Minda Wanita	37	14	80	20	75	20	78	14
Isu	41	15	71	17	66	18	90	16
Moving On 2	69	26	74	18	57	15	59	11
Info Nasional	48	18	61	15	62	17	54	10
Malaysia Permai	25	9	54	13	72	19	68	12

Sumber : Laporan Kajian Peranan RTM Sebagai Media Saluran Maklumat 2000

3.2.2.4 SEKTOR MAJIKAN

Sektor kerajaan lebih tinggi kadarnya yang menonton semua rancangan berbentuk maklumat dan mesej yang bercorak pembangunan negara di RTM berbanding dengan

sektor swasta dan sendiri. Forum Perdana menjadi pilihan pertama bagi semua sektor majikan manakala Minda Wanita pula terendah di kalangan sektor kerajaan, swasta dan sendiri.

**JADUAL 3.8 : PENONTONAN RANCANGAN BERBENTUK MAKLUMAT/
MESEJ KERAJAAN MENGIKUT SEKTOR MAJIKAN**

NAMA RANCANGAN	SEKTOR MAJIKAN							
	KERAJAAN		SWASTA		SENDIRI		TIADA	
	303		332		268		703	
	BIL	%	BIL	%	BIL	%	BIL	%
Forum Perdana	221	73	205	62	157	54	464	66
Selamat Pagi Mysia	175	58	193	58	127	47	429	61
Komentor	111	37	98	30	62	23	214	30
Wawancara	101	33	92	28	56	21	158	22
Gemilang Malaysia	96	32	79	24	43	16	178	25
Global	90	30	88	27	68	25	146	21
Minda Wanita	32	11	33	10	27	10	178	25
Isu	77	25	53	16	32	12	106	15
Moving On 2	45	15	56	17	46	17	112	16
Info Nasional	56	18	42	13	26	10	101	14
Malaysia Permai	46	15	46	14	30	11	97	14

Sumber : Laporan Kajian Peranan RTM Sebagai Media Saluran Maklumat 2000

3.2.2.5 LOKASI

Kadar tertinggi rancangan berbentuk maklumat/mesej kerajaan yang ditonton di Semenanjung Malaysia adalah Forum Perdana 71% manakala di Sabah dan Sarawak pula Selamat Pagi Malaysia iaitu masing-masing 67%. Kadar yang menonton Global di

Semenanjung Malaysia ialah 26%, Sabah 16% dan Sarawak 30%. Moving On 2 pula di Semenanjung Malaysia ialah 14%, Sabah 11% dan Sarawak 26%.

**JADUAL 3.9 : PENONTONAN RANCANGAN BERBENTUK MAKLUMAT/
MESEJ KERAJAAN MENGIKUT SEKTOR LOKASI**

RANCANGAN	LOKASI					
	SEMENANJUNG MALAYSIA		SABAH		SARAWAK	
	884		349		373	
	BIL	%	BIL	%	BIL	%
Forum Perdana	632	71	197	56	218	58
Selamat Pagi Malaysia	443	50	233	67	248	67
Komentor	246	28	106	30	133	36
Wawancara	204	23	110	29	103	28
Gemilang Malaysia	193	22	89	25	114	31
Global	225	26	55	16	112	30
Minda Wanita	132	15	68	20	70	19
Isu	139	16	56	16	73	20
Moving On 2	125	14	39	11	95	26
Info Nasional	121	14	47	14	57	15
Malaysia Permai	110	12	44	13	65	17

Sumber : Laporan Kajian Peranan RTM Sebagai Media Saluran Maklumat 2000

3.2.2.6 KAWASAN (SEMENANJUNG MALAYSIA)

Jumlah responden di Semenanjung Malaysia yang menonton rancangan berbentuk maklumat dan mesej kerajaan di RTM adalah seramai 884 orang iaitu di bandar 473

orang dan di luar bandar 411 orang. Rancangan berbentuk maklumat dan mesej kerajaan kebanyakannya ditonton oleh penonton TV di luar bandar kecuali bagi rancangan Global dan Moving On 2 lebih tinggi di bandar.

**JADUAL 3.10 : PENONTONAN RANCANGAN BERBENTUK MAKLUMAT/
MESEJ KERAJAAN MENGIKUT KAWASAN
(SEMENANJUNG MALAYSIA)**

RANCANGAN	KAWASAN			
	BANDAR		LUAR BANDAR	
	473		411	
	BIL	%	BIL	%
Forum Perdana	320	68	312	76
Selamat Pagi Malaysia	219	46	224	55
Komentar	110	23	136	33
Wawancara	89	19	115	28
Gemilang Malaysia	83	18	110	27
Global	132	28	93	23
Minda Wanita	59	12	73	18
Isu	56	12	83	20
Moving On 2	77	16	48	12
Info Nasional	50	11	71	17
Malaysia Permai	47	10	63	15

Sumber : Laporan Kajian Peranan RTM Sebagai Media Saluran Maklumat 2000

3.3 SEDAR RTM MEMPUNYAI MAKLUMAT DAN MESEJ KERAJAAN SELARAS DENGAN PEMBANGUNAN NEGARA

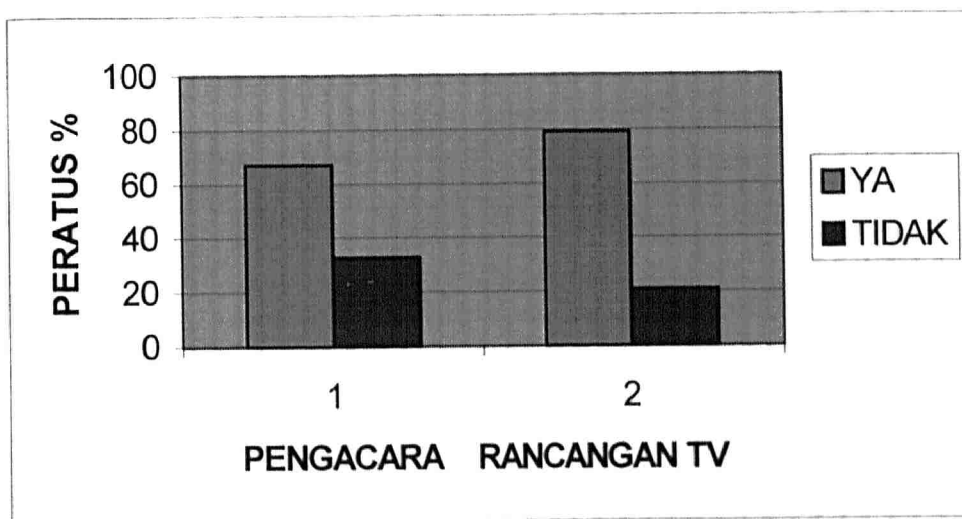
3.3.1 KESELURUHAN

Kadar responden yang sedar adanya maklumat dan mesej kerajaan yang disampaikan oleh pengacara adalah sebanyak 67% melalui TV RTM 79%.

JADUAL 3.11 : SEDAR ADA MAKLUMAT/MESEJ KERAJAAN DI RTM

SEDAR	MELALUI PENGACARA		RANCANGAN TV	
	BIL	%	BIL	%
Ya	1591	67	69	79
Tidak	791	33	31	21
JUMLAH	2382	100	100	100

Sumber : Cawangan Penyelidikan, Kementerian Penerangan Malaysia



Sumber : Cawangan Penyelidikan, Kementerian Penerangan Malaysia

CARTA 3.11 : SEDAR ADA MAKLUMAT/MESEJ KERAJAAN DI RTM

3.3.2 JANTINA

Responden lelaki 80% dan perempuan 77% lebih sedar adanya maklumat dan mesej kerajaan melalui rancangan TV. Didapati bahawa responden lelaki lebih peka mengenai maklumat dan mesej kerajaan yang disiarkan oleh RTM di mana kadar yang sedar sama ada melalui pengacara TV atau rancangan TV lebih tinggi berbanding perempuan.

JADUAL 3.12 : SEDAR ADA MAKLUMAT/MESEJ KERAJAAN DI RTM

MENGIKUT JANTINA

STESEN	JANTINA							
	MELALUI PENGACARA TV				RANCANGAN TV			
	YA		TIDAK		YA		TIDAK	
	BIL	%	BIL	%	BIL	%	BIL	%
Lelaki	841	69	374	31	650	80	158	20
Perempuan	750	64	417	36	616	77	182	23

Sumber : Laporan Kajian Peranan RTM Sebagai Media Saluran Maklumat 2000

3.3.3 KAUM

Responden Cina kurang mengambil perhatian mengenai maklumat dan isu kerajaan yang disampaikan oleh pengacara iaitu kadarnya hanya 51% dan 58% berbanding dengan kaum Melayu atau India dan sebagainya. Kadar yang sedar adanya maklumat dan mesej kerajaan di TV adalah tinggi bagi semua kaum iaitu Melayu 78% , Cina 79% dan India serta kaum-kaum lain ialah 86%.

JADUAL 3.13 : SEDAR ADA MAKLUMAT/MESEJ KERAJAAN DI RTM

MENGIKUT KAUM

KAUM	KAUM							
	MELALUI PENGACARA TV				RANCANGAN TV			
	YA		TIDAK		YA		TIDAK	
	BIL	%	BIL	%	BIL	%	BIL	%
Melayu	1158	72	450	28	1017	78	283	22
Cina	295	51	289	49	166	79	43	21
India/dll	138	73	52	27	83	86	14	14

Sumber : Laporan Kajian Peranan RTM Sebagai Media Saluran Maklumat 2000

3.3.4 UMUR

Kumpulan umur 15 - 19 tahun lebih peka dengan maklumat dan mesej kerajaan dalam pembangunan rakyat dan kerajaan yang disampaikan melalui pengacara. Kumpulan umur 40 ke atas adalah kadar terendah sama ada melalui pengacara atau pun rancangan TV.

**JADUAL 3.14 : SEDAR ADA MAKLUMAT/MESEJ KERAJAAN DI RTM
MENGIKUT UMUR**

KUMPULAN UMUR (TAHUN)	UMUR							
	MELALUI PENGACARA TV				RANCANGAN TV			
	YA		TIDAK		YA		TIDAK	
	BIL	%	BIL	%	BIL	%	BIL	%
15 – 19	277	72	105	28	222	82	48	18
20 – 29	418	70	179	30	328	80	81	20
30 – 39	358	70	152	30	308	82	67	18
40 KE ATAS	538	60	355	40	408	74	144	26

Sumber : Laporan Kajian Peranan RTM Sebagai Media Saluran Maklumat 2000

3.3.5 TAHAP PENDIDIKAN

Golongan yang berpendidikan tinggi didapati lebih sedar akan peranan RTM dalam menyumbangkan maklumat kerajaan melalui pengacara dan rancangan TV RTM. Kadar yang sedar melalui rancangan TV adalah lebih tinggi pada semua tahap pendidikan.

**JADUAL 3.15 : SEDAR ADA MAKLUMAT/MESEJ KERAJAAN DI RTM
MENGIKUT TAHAP PENDIDIKAN**

TAHAP PENDIDIKAN	TAHAP PENDIDIKAN							
	MELALUI PENGACARA TV				RANCANGAN TV			
	YA		TIDAK		YA		TIDAK	
	BIL	%	BIL	%	BIL	%	BIL	%
Kolej/Universiti	184	80	47	20	173	90	20	10
STP/STPM/HSC	89	82	20	18	84	90	11	10
SPM/SPVM/MCE	615	70	270	30	507	80	124	20
SRP/PMR/LCE	348	65	185	35	256	80	66	20
Sekolah Rendah	303	60	199	40	204	69	94	31
Tiada Sekolah	52	43	70	57	42	63	25	37

Sumber : Laporan Kajian Peranan RTM Sebagai Media Saluran Maklumat 2000

3.3.6 SEKTOR MAJIKAN

Responden daripada sektor kerajaan lebih sedar adanya maklumat dan mesej kerajaan melalui pembentangan pengacara TV atau pun Rancangan TV. Pada semua sektor

majikan didapati bahawa responden lebih sedar adanya mesej kerajaan melalui rancangan TV daripada persembahan pengacara.

**JADUAL 3.16 : SEDAR ADA MAKLUMAT/MESEJ KERAJAAN DI RTM
MENGIKUT SEKTOR MAJIKAN**

SEKTOR MAJIKAN	SEKTOR MAJIKAN							
	MELALUI PENGACARA TV				RANCANGAN TV			
	YA		TIDAK		YA		TIDAK	
	BIL	%	BIL	%	BIL	%	BIL	%
Kerajaan	280	77	85	23	258	85	45	15
Swasta	376	66	195	34	262	80	70	20
Sendiri	293	60	194	40	209	78	59	22
Tiada	642	67	317	33	537	77	166	23

Sumber : Laporan Kajian Peranan RTM Sebagai Media Saluran Maklumat 2000

3.4 GUNAPAKAI MAKLUMAT DAN MESEJ KERAJAAN DALAM PEMBANGUNAN RAKYAT DAN NEGARA

3.4.1 KESELURUHAN

Kadar penonton RTM yang gunapakai maklumat dan mesej kerajaan yang disampaikan melalui TV ialah kadar guna sepenuhnya ialah 13% dan separuh sahaja iaitu 46%. Ini menunjukkan bahawa responden mengambil perhatian mengenai isu-isu kerajaan yang

disampaikan melalui TV di mana kadar yang menggunakannya separuh dan ke atas adalah 1093 orang.

JADUAL 3.17 : GUNAPAKAI MAKLUMAT/MESEJ KERAJAAN

GUNAPAKAI TV	RANCANGAN TV	
	BIL	%
Guna sepenuhnya	159	13
Guna lebih daripada separuh	351	28
Separuh	583	46
Kurang daripada separuh	154	12
Tiada Langsung	19	1
JUMLAH	1266	100

Sumber : Laporan Kajian Peranan RTM Sebagai Media Saluran Maklumat 2000

3.4.2 JANTINA

Kadar tertinggi gunapakai maklumat dan mesej kerajaan dalam pembangunan negara yang ditonton oleh lelaki atau pun perempuan adalah separuh sahaja. Kadar bagi lelaki di TV ialah 43% dan perempuan melalui TV ialah 50%. Keseluruhannya didapati bahawa

kadar gunapakai separuh dan ke atas maklumat/mesej kerajaan dari RTM oleh lelaki dan perempuan lebih daripada 80%.

**JADUAL 3.18 : GUNAPAKAI MAKLUMAT/MESEJ KERAJAAN
MENGIKUT JANTINA**

GUNAPAKAI TV	LELAKI		PEREMPUAN	
	BIL	%	BIL	%
Guna sepenuhnya	80	12	79	13
Guna lebih daripada separuh	201	31	150	24
Separuh	276	43	307	50
Kurang daripada separuh	82	12	72	12
Tiada Langsung	11	2	8	1
JUMLAH	650	100	616	100

Sumber : Laporan Kajian Peranan RTM Sebagai Media Saluran Maklumat 2000

3.4.3 KAUM

Kadar yang tiada langsung gunapakai maklumat dan mesej kerajaan melalui RTM adalah paling rendah bagi semua kaum. Keseluruhannya, didapati bahawa kadar tertinggi bagi semua kaum adalah menggunakan separuh iaitu melalui TV iaitu Melayu 48%, Cina 40% dan India dan sebagainya 31%.

**JADUAL 3.19 : GUNAPAKAI MAKLUMAT/MESEJ KERAJAAN
MENGIKUT KAUM**

GUNAPAKAI MAKLUMAT/MESEJ KERAJAAN	KAUM					
	MELAYU		CINA		INDIA/DLL	
	BIL	%	BIL	%	BIL	%
Guna Sepenuhnya	130	13	14	9	15	18
Guna lebih daripada separuh	274	27	52	31	25	30
Separuh	490	48	67	40	26	31
Kurang daripada separuh	109	11	29	18	16	20
Tiada langsung	14	1	4	2	1	1
JUMLAH	1017	100	166	100	83	100

Sumber : Laporan Kajian Peranan RTM Sebagai Media Saluran Maklumat 2000

3.4.4 UMUR

Kadar gunapakai separuh paling tinggi di TV bagi semua kumpulan umur. Kadar guna sepenuhnya adalah hampir sama pada semua kumpulan umur di TV.

**JADUAL 3.20 : GUNAPAKAI MAKLUMAT/MESEJ KERAJAAN
MENGIKUT UMUR**

RANCANGAN	KUMPULAN UMUR (TAHUN)							
	15-19		20-29		30-39		40 +	
	BIL	%	BIL	%	BIL	%	BIL	%
Guna Sepenuhnya	22	10	35	11	42	13	60	15
Guna lebih daripada separuh	72	32	99	30	74	24	106	26
Separuh	94	42	158	48	138	45	193	47
Kurang daripada separuh	32	15	32	10	49	16	41	10
Tiada langsung	2	1	4	1	5	2	8	2
JUMLAH	222	100	328	100	308	100	408	100

Sumber : Laporan Kajian Peranan RTM Sebagai Media Saluran Maklumat 2000

3.4.5 TAHAP PENDIDIKAN

Gunapakai separuh maklumat dan mesej kerajaan di RTM adalah kadar yang hampir sama pada semua sektor majikan. Kadar tertinggi gunapakai sahaja dan paling rendah tidak menggunakan langsung.

**JADUAL 3.21 : GUNAPAKAI MAKLUMAT/MESEJ KERAJAAN
MENGIKUT SEKTOR MAJIKAN**

GUNAPAKAI TV	SEKTOR MAJIKAN							
	KERAJAAN		SWASTA		SENDIRI		TIADA	
	BIL	%	BIL	%	BIL	%	BIL	%
Guna sepenuhnya	36	14	25	9	33	16	65	12
Guna lebih daripada separuh	81	31	71	27	55	26	144	27
Separuh sahaja	121	47	127	49	83	40	252	47
Kurang daripada separuh	18	7	34	13	31	15	71	13
Tiada langsung	2	1	5	2	7	3	5	1
JUMLAH	258		262		209		537	

Sumber : Laporan Kajian Peranan RTM Sebagai Media Saluran Maklumat 2000

3.5 PENILAIAN TERHADAP RTM SEBAGAI SUMBER MAKLUMAT DAN PEMBANGUNAN RAKYAT DAN NEGARA

3.5.1 PENILAIAN TERHADAP RTM DALAM MENCAPAI FUNGSINYA SECARA KESELURUHAN

Pada keseluruhannya, saya dapati bahawa min bagi semua fungsi RTM sebagai penyalur maklumat kerajaan adalah di antara 3.47 hingga 3.67 daripada 5. Tahap paling rendah 3.47 iaitu dalam menyalurkan maklumat yang lengkap, tepat dan boleh dipercayai dan paling tinggi 3.67 iaitu dalam memupuk perpaduan nasional. Ini menunjukkan bahawa RTM di tahap sederhana yang mirip ke arah banyak dalam mencapai fungsinya.

Dalam kategori yang paling banyak, kadar tertinggi peranan RTM adalah dalam memupuk perpaduan nasional sebanyak 23% dan terendah adalah dalam menyalurkan maklumat yang lengkap, tepat dan boleh dipercayai iaitu sebanyak 15%.

Dari segi kategori banyak pula, kadar tertinggi peranan RTM dalam menambah ilmu pengetahuan penonton ialah 37% dan terendah adalah dalam menanam perasaan yakin rakyat terhadap kerajaan serta menyalurkan maklumat yang lengkap, tepat dan boleh dipercayai iaitu sebanyak 31%.

Bagi kategori sederhana pula, kadar tertingginya adalah dalam menyalurkan maklumat yang lengkap, tepat dan boleh dipercayai iaitu sebanyak 41% dan terendah adalah dalam memupuk perpaduan nasional iaitu 31%.

Kadar yang mengatakan tiada langsung adalah sama atau hampir sama iaitu 1% dan 2% bagi semua peranan RTM.

3.5.2 PENILAIAN TERHADAP RTM MENGIKUT KAUM

3.5.2.1 RTM SEBAGAI PENYALUR MAKLUMAT YANG LENGKAP, TEPAT DAN BOLEH DIPERCAYAI

Kadar tertinggi bagi kaum Melayu dan Cina adalah di tahap yang sederhana iaitu Melayu sebanyak 41% , Cina sebanyak 44% dan India dan sebagainya di tahap yang banyak iaitu 40% bagi penilaian RTM dalam menyalurkan maklumat yang lengkap, tepat dan boleh dipercayai dibandingkan dengan stesen-stesen yang lain.

JADUAL 3.22 : RTM SEBAGAI PENYALUR MAKLUMAT YANG LENGKAP, TEPAT DAN BOLEH DIPERCAYAI MENGIKUT KAUM

PENILAIAN	KAUM					
	MELAYU		CINA		INDIA/DLL	
	BIL	%	BIL	%	BIL	%
Sangat banyak	296	16	66	9	37	19
Banyak	530	30	243	33	78	40
Sederhana	730	41	325	44	56	29
Kurang	173	10	78	11	16	8
Sangat kurang	38	2	18	2	3	2
Tiada langsung	18	1	4	1	3	2
JUMLAH	1785	100	734	100	193	100

Sumber : Laporan Kajian Peranan RTM Sebagai Media Saluran Maklumat 2000

3.5.2.2 RTM SEBAGAI MEDIA YANG MENAMBAH PENGETAHUAN PENONTON

Program yang diatur dan disiarkan oleh Saluran TV1 dan Saluran TV2 telah menambah ilmu pengetahuan di kalangan penonton di mana kebanyakan responden menilai di tahap yang sederhana dan ke atas pada semua kaum.

**JADUAL 3.23 : PERANAN RTM SEBAGAI MEDIA YANG MENAMBAH
PENGETAHUAN MENGIKUT KAUM**

PENILAIAN	KAUM					
	MELAYU		CINA		INDIA/DLL	
	BIL	%	BIL	%	BIL	%
Sangat banyak	378	21	92	13	47	25
Banyak	688	38	251	34	64	33
Sederhana	538	30	274	38	63	33
Kurang	139	8	90	12	14	7
Sangat kurang	32	2	18	2	2	1
Tiada langsung	12	1	4	1	2	1
JUMLAH	1787	100	729	100	192	100

Sumber : Laporan Kajian Peranan RTM Sebagai Media Saluran Maklumat 2000

3.5.2.3 PERANAN RTM DALAM MENANAMKAN PERASAAN YAKIN RAKYAT KEPADA KERAJAAN MENGIKUT KAUM

Kadar yang berpendapat bahawa RTM tiada langsung peranannya dalam menanam perasaan nyakin rakyat kepada kerajaan adalah paling rendah iaitu Melayu 2% , Cina 1 % dan India serta lain-lain adalah sebanyak 2% sahaja. Kebanyakan berpendapat bahawa RTM berperanan sederhana dan ke atas dalam menanamkan perasaan nyakin rakyat terhadap kerajaan.

**JADUAL 3.24 : PERANAN RTM DALAM MENANAMKAN PERASAAN
YAKIN
RAKYAT KEPADA KERAJAAN MENGIKUT KAUM**

PENILAIAN	KAUM					
	MELAYU		CINA		INDIA/DLL	
	BIL	%	BIL	%	BIL	%
Sangat banyak	380	21	98	13	52	27
Banyak	565	32	212	29	67	35
Sederhana	586	33	289	40	50	26
Kurang	159	9	95	13	16	8
Sangat kurang	60	3	29	4	4	2
Tiada langsung	30	2	6	1	3	2
JUMLAH	1780	100	729	100	192	100

Sumber : Laporan Kajian Peranan RTM Sebagai Media Saluran Maklumat 2000

**3.5.2.4 SEBAGAI MEDIA YANG DAPAT MELAHIRKAN MASYARAKAT
YANG SENTIASA MENYOKONG KERAJAAN MENGIKUT
KAUM.**

Semua kaum berpendapat bahawa RTM adalah pada paras yang sederhana dan ke atas dalam melahirkan masyarakat yang sentiasa menyokong kerajaan melalui pemrogramannya.

**JADUAL 3.25 : PERANAN RTM DALAM MELAHIRKAN MASYARAKAT
YANG SENTIASA MENYOKONG KERAJAAN MENGIKUT KAUM**

PENILAIAN	KAUM					
	MELAYU		CINA		INDIA/DLL	
	BIL	%	BIL	%	BIL	%
Sangat banyak	388	22	97	13	55	29
Banyak	559	31	229	32	76	40
Sederhana	579	32	275	38	36	19
Kurang	158	9	89	12	14	8
Sangat kurang	68	4	29	4	6	3
Tiada langsung	28	2	10	1	2	1
JUMLAH	1780	100	729	100	189	100

Sumber : Laporan Kajian Peranan RTM Sebagai Media Saluran Maklumat 2000

3.5.2.5 MEDIA YANG BERJAYA SEBAGAI PENYAMPAI MESEJ KERAJAAN KEPADA ORANG RAMAI

Semua kaum berpendapat bahawa RTM telah berjaya menjadi media yang berjaya menyampaikan mesej kerajaan kepada orang ramai. Ini kerana kadar yang mengatakan kurang dan sangat kurang bagi Melayu 11% , Cina 17% dan India serta kaum-kaum lain ialah 9%.

**JADUAL 3.26 : RTM BERJAYA SEBAGAI PENYAMPAI MESEJ KERAJAAN
KEPADA ORANG RAMAI MENGIKUT KAUM**

PENILAIAN	KAUM					
	MELAYU		CINA		INDIA/DLL	
	BIL	%	BIL	%	BIL	%
Sangat banyak	371	21	116	16	49	26
Banyak	606	34	32	32	81	42
Sederhana	586	33	34	34	41	21
Kurang	140	8	13	13	12	6
Sangat kurang	60	3	4	4	5	3
Tiada langsung	20	1	1	1	3	2
JUMLAH	1783	100	100	100	191	100

Sumber : Laporan Kajian Peranan RTM Sebagai Media Saluran Maklumat 2000

3.5.2.6 MEDIA YANG MEMUPUK PERPADUAN NASIONAL

Peranan RTM dalam memupuk perpaduan nasional adalah berjaya kerana kadar yang mengatakan kurang dan ke bawah adalah 12 % bagi kaum Melayu, 13 % bagi kaum Cina dan 9 % bagi kaum India dan lain-lain.

JADUAL 3.27 : PERANAN RTM DALAM MEMUPUK PERPADUAN NASIONAL MENGIKUT KAUM

PENILAIAN	KAUM					
	MELAYU		CINA		INDIA/DLL	
	BIL	%	BIL	%	BIL	%
Sangat banyak	448	25	112	15	65	34
Banyak	617	34	245	34	67	35
Sederhana	521	29	274	38	43	22
Kurang	136	8	68	9	15	7
Sangat kurang	47	3	25	3	1	1
Tiada langsung	19	1	5	1	1	1
JUMLAH	1788	100	729	100	192	100

Sumber : Laporan Kajian Peranan RTM Sebagai Media Saluran Maklumat 2000

3.5.2.7 RTM SEBAGAI MEDIA YANG MEMBANGUNKAN SOSIO-EKONOMI MASYARAKAT

Penilaian terhadap RTM dalam program pembangunan sosio-ekonomi oleh kaum Melayu, mempunyai kadar tertinggi di peringkat banyak iaitu sebanyak 36% dan kaum India serta kaum lain-lain 38%. Responden Cina mempunyai kadar yang tertinggi dalam kategori sederhana iaitu sebanyak 37%. Keseluruhannya didapati bahawa tahap penilaian bagi semua kaum terhadap RTM adalah di paras sederhana dan ke atas.

JADUAL 3.28 : PERANAN RTM DALAM PEMBANGUNAN SOSIO-EKONOMI MASYARAKAT MENGIKUT KAUM

PENILAIAN	KAUM					
	MELAYU		CINA		INDIA/DLL	
	BIL	%	BIL	%	BIL	%
Sangat banyak	404	23	94	13	56	29
Banyak	637	36	238	33	72	38
Sederhana	556	31	270	37	47	24
Kurang	119	7	97	13	13	7
Sangat kurang	57	3	29	4	3	2
Tiada langsung	13	1	1	*	-	-
JUMLAH	1786	100	729	100	192	100

Nota : (*) Peratus yang kurang daripada 0.5%

Sumber : Laporan Kajian Peranan RTM Sebagai Media Saluran Maklumat 2000

3.5.2.8 HUBUNGKAIT DI ANTARA PERANAN RTM DALAM MENANAMKAN PERASAAN YAKIN RAKYAT KEPADA KERAJAAN DENGAN DAPAT MELAHIRKAN MASYARAKAT YANG SENTIASA MENYOKONG KERAJAAN.

Terdapat hubungkait yang rapat di antara peranan RTM dalam menanamkan perasaan yakin rakyat kepada kerajaan dengan melahirkan masyarakat yang sentiasa menyokong kerajaan.

**JADUAL 3.29 : HUBUNGKAIT DI ANTARA PERANAN RTM DALAM
MENANAMKAN PERASAAN YAKIN RAKYAT KEPADA KERAJAAN
DENGAN DAPAT NELAHIRKAN MASYARAKAT YANG SENTIASA
MENYOKONG KERAJAAN.**

TANAM PERASAAN NYAKIN RAKYAT PADA KERAJAAN	SOKONG KERAJAAN											
	SANGAT BANYAK		BANYAK		SEDER- HANA		KURANG		SANGAT KURANG		TIADA LNGSG	
	BIL	%	BIL	%	BIL	%	BIL	%	BIL	%	BIL	%
Sangat Banyak	396	73	97	11	27	3	4	1	4	4	-	-
Banyak	93	17	607	70	130	15	12	5	2	2	-	-
Sederhana	37	7	132	15	675	76	64	25	9	9	3	8
Kurang	8	1	23	3	49	5	168	65	19	18	2	5
Sangat Kurang	3	1	4	1	6	-	7	3	65	63	8	20
Tiada Langsung	2	1	1	-	3	1	3	1	4	4	26	67
JUMLAH	539		864		890		258		103		39	

3.6 PENILAIAN TERHADAP PERANAN RTM SEKARANG SETELAH WUJUDNYA TV SWASTA

3.6.1 KESELURUHAN

Seramai 2653 orang atau 95% memberi maklumbalas pada soalan ini. Seramai 1748 orang atau 66% berpendapat peranan RTM sekarang bertambah, 24% tiada perubahan dan 10% peranannya berkurangan sebagai penyalur utama maklumat kerajaan kepada orang ramai setelah wujudnya TV Swasta.

**JADUAL 3.30 : PERANAN RTM SEBAGAI PENYALUR UTAMA MAKLUMAT
KERAJAAN KEPADA ORANG RAMAI**

PERANAN	BILANGAN	PERATUS
Bertambah	1748	66
Tiada Perubahan	630	24
Berkurangan	275	10
JUMLAH	2653	100

Sumber : Laporan Kajian Peranan RTM Sebagai Media Saluran Maklumat 2000

3.6.2 JANTINA

Sebanyak 68% responden perempuan dan 64% responden lelaki mengatakan peranan RTM bertambah dalam menyampaikan maklumat kerajaan kepada orang ramai. Pendapat yang mengatakan tiada perubahan pula ialah lelaki sebanyak 26% dan perempuan 22%. Terdapat juga 10% responden lelaki dan perempuan yang mengatakan peranan RTM semakin berkurangan dalam menyampaikan mesej-mesej kerajaan kepada orang ramai.

**JADUAL 3.31 : PERANAN RTM SEBAGAI PENYALUR UTAMA
MAKLUMAT KERAJAAN KEPADA ORANG RAMAI MENGIKUT JANTINA**

PERANAN RTM	LELAKI		PEREMPUAN	
	BIL	%	BIL	%
Bertambah	860	64	888	68
Sama/tiada perubahan	348	26	282	22
Berkurangan	144	10	131	10
JUMLAH	1352	100	1301	100

Sumber : Laporan Kajian Peranan RTM Sebagai Media Saluran Maklumat 2000

3.6.3 KAUM

Semua kaum berpendapat bahawa peranan RTM sekarang sebagai penyalur utama maklumat kerajaan kepada orang ramai bertambah walau pun setelah wujudnya TV Swasta. Kadar yang mengatakan bertambah bagi Melayu adalah 64%, Cina 70% dan India dan kaum-kaum lain ialah 67 %.

**JADUAL 3.32 : PERANAN RTM SEBAGAI PENYALUR UTAMA MAKLUMAT
KERAJAAN KEPADA ORANG RAMAI MENGIKUT KAUM**

PERANAN RTM	KAUM					
	MELAYU		CINA		INDIA/DLL	
	BIL	%	BIL	%	BIL	%
Bertambah	1123	64	499	70	126	67
Sama/tiada perubahan	450	26	145	20	35	19
Berkurangan	180	10	69	10	26	14
JUMLAH	1753	100	713	100	187	100

Sumber : Laporan Kajian Peranan RTM Sebagai Media Saluran Maklumat 2000

3.6.4 UMUR

Semua kumpulan umur berpendapat bahawa peranan RTM sekarang sebagai penyalur utama maklumat kerajaan kepada orang ramai bertambah setelah wujudnya TV Swasta.

**JADUAL 3.33 : PERANAN RTM SEBAGAI PENYALUR UTAMA MAKLUMAT
KERAJAAN KEPADA ORANG RAMAI MENGIKUT UMUR**

PERANAN RTM	KUMPULAN UMUR (TAHUN)							
	15 - 19		20 - 29		30 - 39		40 KE ATAS	
	BIL	%	BIL	%	BIL	%	BIL	%
Bertambah	260	59	448	63	409	70	631	69
Sama / tiada perubahan	119	27	181	25	127	22	203	22
Berkurangan	63	14	85	12	47	8	80	9
JUMLAH	442	100	714	100	583	100	914	100

Sumber : Laporan Kajian Peranan RTM Sebagai Media Saluran Maklumat 2000

3.6.5 HUBUNGKAIT DI ANTARA PERANAN RTM SEKARANG SEBAGAI PENYALUR UTAMA MAKLUMAT KERAJAAN KEPADA ORANG RAMAI SETELAH WUJUDNYA TV SWASTA

Terdapat hubungkait di antara peranan RTM sekarang **bertambah** sebagai penyalur utama maklumat kerajaan dengan RTM telah **banyak** menyampaikan mesej kerajaan kepada orang ramai setelah wujudnya TV Swasta.

Apabila peranan RTM sekarang tidak berubah atau sama setelah wujudnya TV Swasta didapati bahawa RTM di peringkat **sederhana** sahaja dalam menyampaikan mesej kerajaan kepada orang ramai.

**JADUAL 3.34 : HUBUNGKAIT DI ANTARA PERANAN RTM SEKARANG
SEBAGAI PENYALUR UTAMA MAKLUMAT KERAJAAN KEPADA ORANG
RAMAI SETELAH WUJUDNYA TV SWASTA**

PERANAN RTM BERJAYA MENYAMPAIKAN MESEJ KERAJAAN KEPADA ORANG RAMAI	PERANAN RTM SEBAGAI PENYALUR UTAMA MAKLUMAT KERAJAAN					
	BERTAMBAH		SAMA/TIADA PERUBAHAN		BERKURANGAN	
	BIL	%	BIL	%	BIL	%
Sangat banyak	317	19	132	21	61	23
Banyak	608	36	200	32	90	33
Sederhana	526	31	224	36	83	31
Kurang	153	9	46	8	30	11
Sangat kurang	76	4	10	2	4	1
Tiada langsung	16	1	6	1	4	1
JUMLAH	1969	100	618	100	272	100

Sumber : Laporan Kajian Peranan RTM Sebagai Media Saluran Maklumat 2000

3.7 CADANGAN SUPAYA RTM TETAP BERPERANAN SEBAGAI MEDIA PENYALUR UTAMA MAKLUMAT KERAJAAN DAN NEGARA KEPADA ORANG RAMAI

Seramai 51% responden tidak memberi cadangan supaya RTM tetap berperanan sebagai sumber penyalur utama maklumat kerajaan kepada orang ramai. Cadangan terbanyak daripada responden adalah kebanyakan rancangan bermaklumat yang baik dan menarik iaitu 22%. Ini diikuti oleh rancangan berita hendaklah diperbaiki atau ditingkatkan iaitu 16% , susunan rancangan hendaklah sesuai dan tepat iaitu 7% , memperbaiki mutu dan teknik siaran iaitu sebanyak 6% dan mengadakan juruhebah dan personaliti yang menarik iaitu sebanyak 2%.

**JADUAL 3.35 : CADANGAN SUPAYA RTM TETAP BERPERANAN SEBAGAI
MEDIA PENYALUR UTAMA MAKLUMAT KERAJAAN DAN NEGARA
KEPADA ORANG RAMAI**

CADANGAN	BILANGAN	PERATUS
	905	100
Banyakkan rancangan bermaklumat yang baik dan menarik	197	22
Rancangan berita ditingkatkan	141	16
Susunan rancangan yang lebih sesuai dan tepat	62	7
Perbaiki mutu /teknik siaran	54	6
Juruhebah/personaliti yang menarik	17	2
Kurang iklan	3	*
Lain-lain	21	2
Tiada cadangan	465	51

Nota : (*) Peratus yang kurang daripada 0.5%

Sumber : Laporan Kajian Peranan RTM Sebagai Media Saluran Maklumat 2000

3.8 SALURAN MEDIA ELEKTRONIK YANG MENJADI PILIHAN UTAMA UNTUK MENDAPATKAN MAKLUMAT KERAJAAN

3.8.1 KESELURUHAN :

Seramai 2782 orang iaitu 99% daripada 2800 responden menjadikan media elektronik pilihan utama untuk mendapatkan maklumat kerajaan. Bagi media TV didapati TV Swasta menjadi pilihan utama iaitu 46% dan TV RTM iaitu 36%. Kadar responden yang menjawab internet sebagai saluran utama adalah 3% sahaja.

**JADUAL 3.36 : SALURAN MEDIA ELEKTRONIK MENJADI PILIHAN
UTAMA UNTUK MENDAPATKAN MAKLUMAT KERAJAAN**

MEDIA ELEKTRONIK	BILANGAN	PERATUS
TV RTM	1009	36
TV Swasta	1284	46
Internet	89	3
Radio RTM	330	12
Radio Swasta	70	3
JUMLAH	2782	100

Sumber : Laporan Kajian Peranan RTM Sebagai Media Saluran Maklumat 2000

3.8.2 JANTINA

Media elektronik utama untuk mendapatkan maklumat kerajaan bagi responden lelaki dan perempuan adalah melalui TV Swasta dan kedua TV RTM. Kadar lelaki melalui TV Swasta ialah 44% dan perempuan 48% manakala TV RTM lelaki ialah 38% dan perempuan 34%. Radio RTM mendahului Radio Swasta dalam mendapatkan maklumat kerajaan sama ada lelaki dan perempuan.

**JADUAL 3.37 : SALURAN MEDIA ELEKTRONIK MENJADI PILIHAN
UTAMA UNTUK MENDAPATKAN MAKLUMAT KERAJAAN
MENGIKUT JANTINA**

MEDIA ELEKTRONIK	LELAKI		PEREMPUAN	
	BIL	%	BIL	%
Radio RTM	166	12	164	12
Radio Swasta	30	2	40	3
TV RTM	536	38	473	34
TV Swasta	618	44	666	48
Internet	48	4	41	3
JUMLAH	1398	100	1384	100

Sumber : Laporan Kajian Peranan RTM Sebagai Media Saluran Maklumat 2000

3.8.3 KAUM

Radio RTM menjadi pilihan utama bagi semua kaum dalam mendapatkan maklumat kerajaan berbanding dengan radio swasta. Kaum Melayu yang menggunakan radio RTM untuk mendapatkan maklumat kerajaan adalah 11%, Cina 12% dan India dan kaum-kaum lain mewakili 17%. TV RTM adalah media elektronik terpenting bagi kaum Cina untuk mendapatkan maklumat kerajaan iaitu sebanyak 41% berbanding dengan kaum Melayu sebanyak 34% dan India serta kaum-kaum lain ialah 39%.

**JADUAL 3.38 : SALURAN MEDIA ELEKTRONIK MENJADI PILIHAN
UTAMA UNTUK MENDAPATKAN MAKLUMAT KERAJAAN
MENGIKUT KAUM**

MEDIA ELEKTRONIK	KAUM					
	MELAYU		CINA		INDIA/DLL	
	BIL	%	BIL	%	BIL	%
Radio RTM	200	11	96	12	34	17
Radio Swasta	32	2	36	5	2	1
TV RTM	612	34	321	41	76	39
TV Swasta	913	51	294	37	77	40
Internet	46	2	37	5	6	3
JUMLAH	1803	100	784	100	195	100

Sumber : Laporan Kajian Peranan RTM Sebagai Media Saluran Maklumat 2000

3.8.4 UMUR

Kadar yang menggunakan Radio Swasta untuk mendapatkan maklumat kerajaan adalah yang paling rendah bagi semua kumpulan umur. TV Swasta adalah pilihan utama iaitu umur 15 - 19 tahun iaitu sebanyak 15% , 20 - 29 tahun iaitu 47% , 30 -39 tahun iaitu 45% dan 40 ke atas sebanyak 45%.

**JADUAL 3.39 : SALURAN MEDIA ELEKTRONIK MENJADI PILIHAN
UTAMA UNTUK MENDAPATKAN MAKLUMAT KERAJAAN
MENGIKUT UMUR**

MEDIA ELEKTRONIK	KUMPULAN UMUR (TAHUN)							
	15 - 19		20 - 29		30 - 39		40 KE ATAS	
	BIL	%	BIL	%	BIL	%	BIL	%
Radio RTM	42	9	95	13	83	14	110	11
Radio Swasta	8	2	35	5	14	2	13	1
TV RTM	149	32	233	31	226	37	401	42
TV Swasta	232	51	351	47	270	45	431	45
Internet	29	6	35	4	13	2	12	1
JUMLAH	460	100	749	100	606	100	967	100

Sumber : Laporan Kajian Peranan RTM Sebagai Media Saluran Maklumat 2000

3.8.5 SEKTOR MAJIKAN

Semua sektor majikan didapati bahawa TV Swasta menjadi pilihan utama untuk mendapatkan maklumat kerajaan, kedua TV RTM dan ketiga Radio RTM.

**JADUAL 3.40 : SALURAN MEDIA ELEKTRONIK MENJADI PILIHAN
UTAMA UNTUK MENDAPATKAN MAKLUMAT KERAJAAN
MENGIKUT SEKTOR MAJIKAN**

MEDIA ELEKTRONIK	SEKTOR MAJIKAN							
	KERAJAAN		SWASTA		SENDIRI		TIADA	
	BIL	%	BIL	%	BIL	%	BIL	%
Radio RTM	46	12	84	12	78	14	122	11
Radio Swasta	-	-	26	4	24	4	20	2
TV RTM	149	38	262	38	228	40	370	33
TV Swasta	181	46	305	43	241	41	557	50
Internet	14	4	23	3	7	1	45	4
JUMLAH	390		700		578		1114	

Sumber : Laporan Kajian Peranan RTM Sebagai Media Saluran Maklumat 2000

3.9 RUMUSAN

Berdasarkan penyelidikan ini, maklumat yang saya dapati adalah pola penontonan TV adalah sama dengan penemuan kajian Populariti TV 1996 iaitu kadar tertinggi ialah TV3

sebanyak 97% , kedua TV2 sebanyak 88% dan ketiga TV1 sebanyak 76%. Kadar yang menonton NTV7 adalah 75% dan Metrovision 19%.

Tiga rancangan yang popular adalah sama di antara TV RTM dan Swasta iaitu Drama/ Tayangan Gambar, Berita dan Agama. Walau bagaimanapun didapati bahawa kadar yang menonton di TV Swasta adalah lebih tinggi berbanding di RTM kecuali rancangan yang berbentuk politik, pendidikan, ekonomi dan pembangunan.

Antara sebab yang telah saya kenal pasti tidak menonton TV RTM adalah hampir sama dengan Kajian Penontonan TV di Lembah Klang 1996 dan Persaingan TV Sempadan iaitu kerana menonton TV Swasta atau tidak berminat menonton TV RTM adalah sebanyak 57% , rancangan yang disiarkan adalah tidak menarik adalah sebanyak 57% juga, tiada masa pula meliputi 8% dan rancangan yang ditayang berulang-ulang adalah sebanyak 6%. Responden berpendapat bahawa di antara kelebihan Tv Swasta berbanding TV RTM adalah kerana rancangan yang disiarkan lebih menarik iaitu 75% , maklumat lebih tepat/menyeluruh adalah sebanyak 29% , rancangan terkini iaitu 18% , maklumat lebih bebas/berani iaitu sebanyak 15% dan banyak drama Cina iaitu 12%.

Kadar yang menonton rancangan berbentuk Maklumat dan mesej kerajaan di TV RTM adalah 64%. Responden lelaki meliputi 64% , perempuan pula 65% , Melayu 80% , Cina 30% dan India serta kaum-kaum sebanyak 53% manakala umur 15-19 tahun meliputi 67%, 20-24 tahun meliputi 64% , 30-39 tahun meliputi 67% dan 40 ke atas meliputi 62%. Didapati bahawa kadar kaum Cina yang menonton rancangan berbentuk

mesej kerajaan adalah rendah. Responden berpendapat bahawa RTM telah dapat mencapai fungsinya sebagai stesen penyiaran perkhidmatan awam yang berkonsepkan "INFOTAINMENT" iaitu memberi perkhidmatan pendidikan dan informasi selain daripada rancangan hiburan. Keseluruhannya responden memberi penilaian paling rendah iaitu 3.47 dan tertinggi 3.67 daripada 5 dalam menilai peranan RTM sebagai sumber maklumat kerajaan dan fungsinya sebagai penyampai mesej kerajaan.

Kadar responden yang berpendapat bahawa peranan RTM sekarang ialah sebagai penyalur utama maklumat kerajaan kepada orang ramai bertambah setelah wujudnya radio dan TV Swasta ialah 66% , tidak berubah 24% dan berkurangan 10%. Di antara cadangan supaya RTM tetap berperanan sebagai penyalur utama maklumat kerajaan kepada orang ramai adalah kebanyakan rancangan bermaklumat yang baik dan menarik 22% , memperbaiki rancangan berita 10% , susunan rancangan yang lebih sesuai dan tepat 7% dan memperbaiki mutu/teknik siaran 6%. Saluran media elektronik yang menjadi pilihan utama untuk mendapatkan maklumat kerajaan adalah TV Swasta 46% , TV RTM 36% , Radio RTM dan Radio Swasta 12% dan melalui Internet 3%.