

Analisis Berita Kempen Calon Pilihanraya Presiden Donald Trump: Kajian terhadap Utusan Malaysia Online dan Astro Awani Online

SHHRUL NAZMI SANNUSI
NAWWAR AQILAH MOHD FAUZI
University Kebangsaan Malaysia
nazmy@ukm.edu.my
nawwaraqilah94@gmail.com

ABSTRAK

Kempen pilihan raya Presiden Amerika Syarikat telah mengundang perhatian banyak organisasi media tempatan dan antarabangsa yang membuat liputan. Setiap berita dan kenyataan yang melibatkan calon dari Parti Republikan, Donald Trump dilihat banyak menyetengahkan isu-isu kontroversi yang berjaya mencuri perhatian media. Sehubungan itu, objektif kajian ini adalah untuk mengenalpasti bentuk kandungan berita dalam dua buah media berbahasa Melayu iaitu *Utusan Malaysia Online* dan *Astro Awani Online* sepanjang tempoh bermula November 2015 sehingga November 2016. Teori Penetapan Agenda digunakan dalam kajian ini bagi melihat bagaimanakah bentuk agenda agensi berita yang dikaji. Metodologi yang digunakan adalah kaedah analisis kandungan kuantitatif serta kualitatif bagi menganalisis kekerapan berita yang diterbitkan serta menganalisis mesej atau bentuk teks berita secara mendalam. Hasil kajian ini mendapati bahawa berita yang disiarkan dalam *Astro Awani Online* banyak menyetengahkan berita yang berunsur mengkritik calon Republican ini. Manakala akhbar *Utusan Malaysia Online* pula banyak melaporkan agenda awam seperti menyetengahkan pendapat orang ramai terhadap kempen ini. Implikasi daripada kajian ini menunjukkan kedua-dua akhbar di Malaysia ini menetapkan agenda berbeza terhadap isu-isu yang diketengahkan walaupun kedua-dua agensi berita ini dimiliki oleh parti politik pro kerajaan.

Kata Kunci: Penentuan Agenda, Akhbar, Donald Trump, Pilihanraya

An Analysis of News on Donald Trump's Presidential Campaign: A Study on Utusan Malaysia Online and Astro Awani Online

ABSTRACT

The 2016 United States presidential election campaign had gained a lot of attention among many local and international media. This is due to the number of controversial news, statements and issues brought by the candidate for the Republican Party, Mr. Donald Trump. This study, aims to identify the types of news content portrayed into online versions of Malay Language newspapers i.e: *Utusan Malaysia Online* and *Astro Awani Online* during the United States presidential election campaign; from November 2015 until November 2016. The study utilised Agenda Setting Theory as the theoretical construct which describes how news agenda is organised and presented. Data were analysed using both qualitative and quantitative content analysis. The quantitative analysis was essential to quantify the data, whereas the qualitative part helped to further analyse text messages or news. The study found that *Astro Awani Online* published many critical remarks about the Republican candidate while *Utusan Malaysia Online* was more focused on news regarding public issues and agenda, such as people's reaction and opinion about

the campaign. As a conclusion, our findings implied that both media have different agendas when reporting news and issues about Trump despite both belonging to the pro-government political party.

Keywords: *Agenda-setting, news, Donald Trump, Elections*

LATAR BELAKANG KAJIAN

Media dan politik

Masyarakat awam pada masa kini telah menggunakan media sebagai medium bagi mengetahui isu-isu semasa. Ball-Rokeach & DeFleur, 1984 telah mengandaikan bahawa apabila seseorang itu bergantung kepada media bagi mengetahui sesuatu maklumat, maka ianya dapat dilihat bahawa media itu penting dalam kehidupan individu tersebut. Masyarakat pada hari ini juga sudah pandai menilai daripada apa yang dilihat, dibaca dan didengari daripada media.

Pengguna pada hari ini lebih banyak menggunakan media sosial bagi mengetahui isu semasa dan politik. Hal ini kerana terdapat isu-isu dan pandangan para belia yang didengar oleh ahli politik seterusnya diusulkan bagi direkodkan dan dipertimbangkan dalam penggubalan dasar negara. Bagi mengelakkan golongan belia ini dipinggirkan, ahli politik perlu menunjukkan kesungguhan mereka bersama-sama para belia untuk menangani masalah yang sedang golongan ini alami. Liputan media mengenai isu-isu semasa adalah amat penting untuk memberi kesedaran kepada orang ramai dan kerajaan.

Media di Malaysia

Media memainkan peranan penting dalam menyampaikan maklumat kepada orang awam. Dalam konteks Malaysia ketika ini, terdapat dua saluran media utama iaitu tradisional dan baharu. Media tradisional seperti televisyen, akhbar, majalah dan buku banyak memainkan peranan dalam kempen pilihanraya sejak negara mencapai kemerdekaan. Namun, menjelang tahun 2008, fungsi media tradisional secara perlahan-lahan telah diambil alih oleh media baharu yang lebih interaktif dan pantas. Keadaan ini telah digunakan sebaik-baiknya oleh parti politik khususnya pembangkang untuk menyampaikan agenda kempen parti mereka secara lebih meluas dan berkesan (Gomez .E.D & Jomo K.S. (2001). Akibatnya, keputusan pilihanraya umum (PRU 2008) menyaksikan parti pemerintah Barisan Nasional gagal mengekalkan majoriti dua pertiga di parlimen serta menyaksikan kebangkitan ahli-ahli politik dan aktivis yang dikenali dan aktif dalam media sosial. Maklumat yang diperolehi daripada alam maya ini hasil daripada perkongsian di media-media sosial yang kini hanya tertumpu kepada akhbar semata. Menurut Jones, generasi muda pada masa kini lebih banyak menggunakan media sosial sebagai memperluaskan rangkaian sosial berbanding mereka yang berada di pertengahan usia (Jones dan Fox, 2010). Ini tidak menghairankan kerana kajian yang telah dilakukan oleh Lenhart (2010) juga mendapati bahawa 70 peratus daripada generasi baru ini mempunyai akaun peribadi sebagai pengganti diri mereka di media sosial.

Siti Ezaleila Mustafa dan Azizah Hamzah (2011) menyatakan bahawa media penyiaran televisyen antara media ICT yang berpengaruh dalam mendidik golongan belia atau generasi baru ini dalam menanam nilai harmoni dalam pelbagai bangsa di Malaysia. Generasi baru pada hari ini lebih mudah memberi fokus kepada maklumat yang berunsur hiburan di televisyen, justeru pihak media penyiaran menggunakan masa yang diluangkan oleh generasi ini terutamanya ketika menonton untuk menyampaikan info-info yang bermanfaat kepada mereka.

Senario pilihan raya di Amerika Syarikat

Di Amerika Syarikat (AS), pilihan raya presiden berlaku setiap empat tahun sekali. Pada tahun 2016, pilihan raya presiden telah berlangsung pada 8 November 2016. Pilihanraya ini perlu dilakukan setelah berakhirnya tempoh pentadbiran Presiden Barack Obama dari parti Demokrat. Pada kali ini, parti Demokrat menampilkan bekas Setiausaha Negara, Hillary Clinton manakala parti Republikan pula mempertaruhkan calon yang juga seorang ahli korporat dan selebriti televisyen, Donald Trump. Pilihanraya kali ini dilihat menjadi sejarah baharu dalam politik AS kerana Donald Trump bukanlah seorang politikus yang popular, sebaliknya seorang taikun hartanah dan selebriti korporat yang dikenali diseluruh dunia melalui kaca televisyen. Selain itu, pendekatan populis serta gaya percakapan Trump ketika kempen berlangsung banyak mencuri perhatian pihak media khususnya berkaitan isu serta polisi yang bakal dibawa oleh beliau sekiranya memenangi pilihanraya kali ini.

TEORI PENETAPAN AGENDA

Penggunaan teori bagi sesuatu kajian amat penting bagi memastikan matlamat kajian dapat dicapai. Teori yang digunakan dalam kajian ini adalah Teori Penetapan Agenda atau *Agenda Setting Theory*. Teori Penetapan Agenda telah pertama kalinya dihuraikan secara mendalam pada bab satu buku Walter Lippmann's 1922. Dalam bab ini, Lippmann telah berhujah bahawa media massa merupakan penghubung utama antara peristiwa yang berlaku dengan pemikiran orang ramai. Namun pada ketika itu belum lagi wujud istilah penetapan agenda. Bernard Cohen 1963, pula memerhatikan bahawa mungkin akhbar tidak berjaya untuk membuat orang ramai berfikir panjang tetapi akhbar hanya perlu memberitahu pembaca apa yang perlu difikirkan tentang isu tersebut. Cohen juga berpendapat bahawa cara penulisan, editor dan penerbit berita mampu memberikan kesan kepada pembaca. Pada tahun 1960an, McCombs dan Shaw mula pembinaan Teori Penetapan Agenda.

Teori Penetapan Agenda ini menerangkan tentang keupayaan berita yang di sampaikan oleh media untuk mempengaruhi atau terkesan akan isu yang disiarkan kepada agenda awam. Ia bermaksud bahawa jika sesebuah berita yang kerap kali diterbitkan dan diperjelaskan lebih terperinci, penonton akan menganggap isu atau berita itu sangat penting. Teori Penetapan Agenda secara rasmi dipelopori oleh Max McCombs dan Donald Shaw dalam kajian mereka mengenai pilihan raya presiden Amerika 1968. Dalam 1968 "*Chapel Hill Study*", Combs dan Shaw menjelaskan bahawa isu pilihan raya dan apa-apa isu nasional yang dilaporkan dalam berita, maka, isu itulah merupakan isu yang paling penting dan menjadi agenda utama pihak media tersebut.

Perbandingan yang dilakukan menunjukkan isu-isu dalam kandungan berita dengan persepsi orang ramai mendapati bahawa isu pilihan rayalah yang dilihat paling penting, dengan ini McCombs dan Shaw dapat merumuskan sejauhmana media menentukan pendapat umum. Disebabkan kajian pada 1968 ini, terhasilnya satu terbitan iaitu pada tahun 1972 dalam edisi "*Public Opinion Quarterly*", di mana lebih daripada 400 kajian telah diterbitkan mengguna teori Penetapan Agenda dan seterusnya telah menjadikan teori ini semakin relevan dan terus digunakan.

Tiga Jenis Penetapan Agenda

Penyelidikan mengenai teori penetapan agenda ini adalah untuk membandingkan isu-isu yang dikeluarkan dalam kandungan berita dengan persepsi orang ramai terhadap isu yang paling penting dan seterusnya membuktikan bahawa terdapat pengaruh media. Berikut terdapat tiga jenis model yang dicadangkan oleh McCombs iaitu model keutamaan atau "*priorities*", model kesedaran atau "*awareness model*" dan model "*saliency model*". Banyak kajian yang tertumpu menggunakan ketiga-tiga model ini. Menurut Rogers dan Dearing (1988), pembolehubah bagi teori ini bersandar kepada agenda media, agenda penonton dan agenda dasar.

Penetapan agenda media telah menganggap bahawa agenda media merupakan pemboleh ubah bersandar kepada pembangunan agenda (*agenda building*). Penetapan agenda awam pula merupakan agenda orang ramai dan ia bersandar kepada sesuatu hipotesis. Penetapan agenda dasar pula merupakan agenda dari pembuat dasar dan ia bersandar kepada penetapan agenda politik (SN Sannusi, N Mustaffa, 2015).

Menurut Rogers dan Dearing lagi, penyelidikan yang telah dijalankan mendapati bahawa tumpuan banyak diberikan kepada penetapan agenda awam. Manakala McCombs dan Shaw, 1972 banyak mengkaji mengenai penetapan agenda media namun sebahagian besarnya telah mengabaikan penetapan agenda dasar kerana kebanyakan kajiannya dilakukan oleh ahli-ahli sains politik sahaja.

Sorotan Susastera

Peranan media dalam membentuk agenda dalam sesebuah proses pilihanraya tidak dapat dinafikan kerana pengaruhnya dalam menyampaikan mesej seseorang calon itu kepada pengundi dengan lebih efektif. Beberapa kajian dijalankan sebelum ini menunjukkan pembentukan agenda dalam sesebuah organisasi media dapat membantu mempromosikan calon pilihanraya di Amerika Syarikat (Jones, 2008).

Dalam satu kajian terhadap kebolehan calon Amerika Syarikat pada tahun 2008 yang menyaksikan calon Barack Obama menentang McCain, media telah menggambarkan calon Republikan sebagai seorang yang kurang berpengalaman, khususnya bagi calon timbalannya senator Sarah Palin. Hasil pungutan suara yang dijalankan oleh firma audit PEW Research juga menunjukkan 51 peratus rakyat Amerika tidak bersetuju dengan Palin. Keadaan ini jelas membuktikan agenda media untuk menyokong atau menentang seorang calon pilihanraya ini banyak memberikan kesan kepada sentimen pengundi.

Selain itu, kajian yang dijalankan oleh Patterson (2008) juga menunjukkan bahawa agenda media yang kerap memaparkan imej seseorang calon presiden secara konsisten juga memberikan impak kepada penilaian pengundi. Kecenderungan pihak media yang menyiarkan calon Demokrat secara berlebihan dan positif boleh meningkatkan populariti dalam kalangan rakyat sekaligus mampu meningkatkan penyertaan mereka dalam proses pengundian. Walau bagaimanapun, ia amat berbeza dengan kajian stail berita yang disiarkan sekitar 80-an yang mana berita banyak menumpukan soal dasar yang diperjuangkan seseorang calon (Cappella & Jamieson, 1997; Valentino, Beckmann & Buhr, 2001). Kajian ini juga menunjukkan bahawa majoriti responden tidak lagi memfokuskan kepada soal dasar yang diperjuangkan kerana ia tidak memberikan impak langsung kepada pengundi (R Ramli, CP Kee, SN Sannusi, 2015).

Selain itu, agenda kempen pilihanraya yang melibatkan persoalan gender juga turut dikaji oleh beberapa sarjana sebelum ini. Kahn, 1994, 1992; Leeper, 1991; Smith, 1997 menunjukkan jumlah serta kualiti liputan yang kurang terhadap calon wanita berbanding calon lelaki semasa kempen pilihanraya AS telah mengurangkan peluang golongan itu untuk menang. Ini kerana, rakyat negara itu banyak bergantung kepada saluran media untuk melihat dan mengenali profil calon secara lebih rapat. Manakala kajian oleh Smith, 1997; Stempel & Windhauser, 1991 menunjukkan media juga sering memberi lebih tumpuan sepenuhnya kepada penampilan fizikal calon wanita dan menyerlahkan ciri-ciri feminin atau maskulin dengan cara yang mengukuhkan stereotaip gender tradisional. Dimitrova & Geske, 2009; Kahn, 1994; Norris, 1997) melihat calon wanita sering digeneralisasian sebagai kaum ibu atau sebagai mempunyai emosi yang tidak menentu dan sensitif.

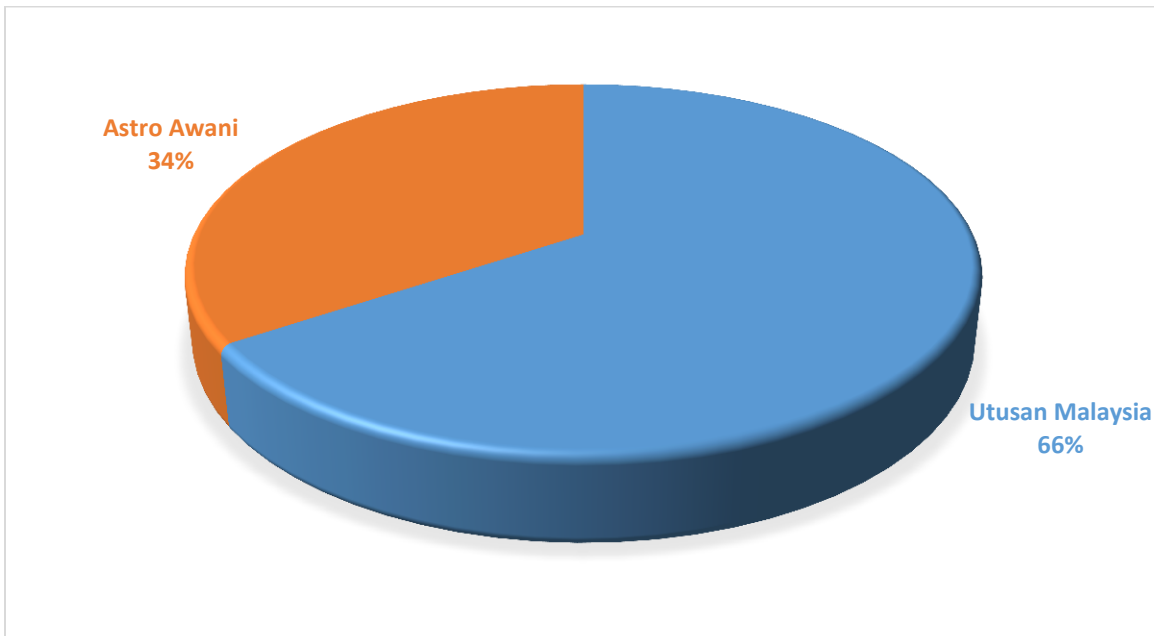
Agenda-agenda media yang bersifat seksis ini seringkali dimainkan oleh saluran media utama negara itu ketika musim pilihanraya. Tambahan lagi, musim pilihanraya presiden 2016 juga menengahkan calon Hillary Clinton dari parti Demokrat yang juga isteri kepada bekas presiden Bill Clinton. Manakala calon Donald Trump juga turut sama menjadi sasaran kritikan dalam media yang menggambarkan beliau seorang suka menggunakan kekayaannya untuk mendapatkan pengaruh dan keseronokkan bersama wanita ketika zaman beliau menjadi ahli korporat sebelum ini.

KAEDAH KAJIAN

Analisis kandungan telah dijalankan antara dua akhbar iaitu *Utusan Malaysia Online* dan *Astro Awani Online* bagi melihat laporan yang disiarkan itu adakah ianya adil atau terdapat berat sebelah di dalamnya berdasarkan kerangka yang dinyatakan oleh Yi dan Sarvary (2007). Kajian menggunakan sampel artikel daripada akhbar *Utusan Malaysia* bermula pada tarikh 30 November 2015 sehingga 8 November 2016 dan akhbar atas talian *Astro Awani* bermula daripada 8 November 2015 sehingga 8 November 2016. Artikel yang dipilih daripada tarikh ini adalah kerana merupakan tempoh berkempen sedang berlangsung. Jumlah keseluruhan artikel yang diperolehi adalah sebanyak 182 artikel daripada kedua-dua akhbar. Namun, dipecahkan kepada dua bahagian iaitu liputan berita dan surat dari pengarang. Artikel liputan berita *Utusan Malaysia Online* adalah sebanyak 100 artikel manakala liputan berita daripada *Astro Awani Online* adalah sebanyak 67 artikel. Artikel surat dari pengarang bagi *Utusan Malaysia Online* sebanyak 43 artikel dan surat dari pengarang *Astro Awani Online* adalah sebanyak 8 artikel sahaja. Untuk mengkaji analisis yang menggunakan kaedah kuantitatif, pengkaji telah menggunakan keadah skema pengkodan bagi menganalisis sampel-sampel akhbar yang dirujuk. Skema ini mengandungi beberapa item utama yang ingin dikaji. Ini termasuklah isu, kekerapan keluaran ikut bulan, berita berunsur berat sebelah dan jenis berita. Memandangkan kaedah analisis kuantitatif memfokuskan isu, isu yang ditekankan adalah ekonomi, politik, sosial dan agama.

POLA JUMLAH BERITA KEMPEN PILIHAN RAYA DONALD TRUMP

Jumlah keseluruhan artikel adalah sebanyak 218 artikel dengan pecahan 143 artikel adalah daripada *Utusan Malaysia Online* dan 75 daripadanya adalah daripada *Astro Awani Online*.



Rajah 1: Komposisi berita kempen Trump yang disiarkan dalam akhbar Utusan Malaysia dan Astro Awani

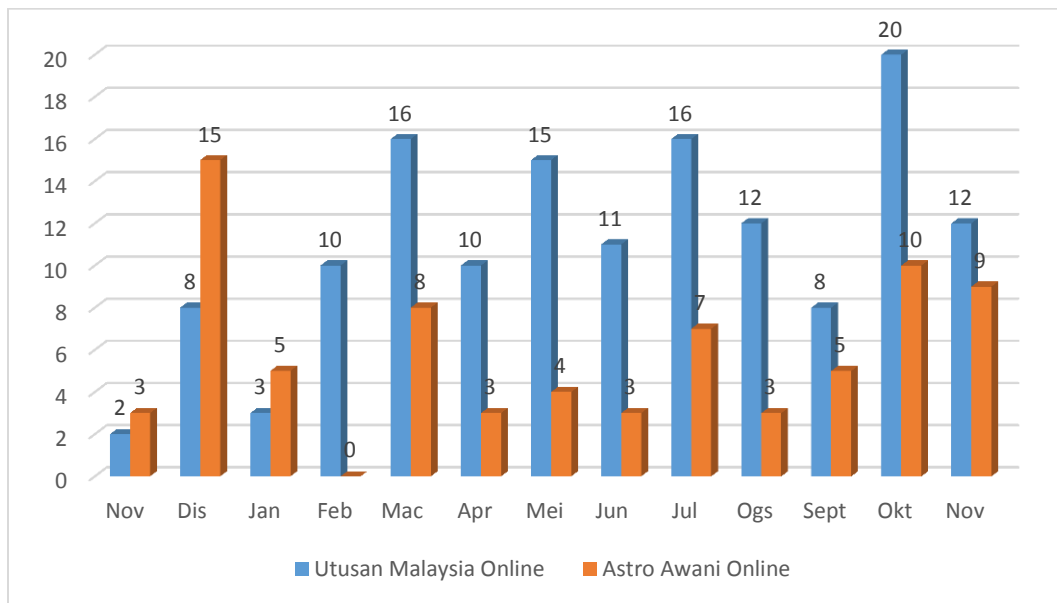
Rajah 1 menunjukkan perbandingan jumlah artikel yang dikeluarkan antara *Utusan Malaysia Online* dan *Astro Awani Online*. Akhbar *Utusan Malaysia Online* menerbitkan sebanyak 143 artikel iaitu bersamaan 66 peratus manakala *Astro Awani Online* pula mengeluarkan sebanyak 75 artikel bersamaan dengan 34 peratus.

Keputusan ini telah menunjukkan bahawa *Utusan Malaysia Online* mengeluarkan artikel secara atas talian lebih banyak berbanding *Astro Awani Online*. Hal ini kerana *Astro Awani Online* dilihat lebih banyak memaparkan berita dalam bentuk video secara langsung berbanding *Utusan Malaysia Online* yang memaparkan pelbagai jenis berita bertulis. Selain itu, *Astro Awani Online* cenderung menerbitkan tajuk “*news highlight*” yang memuatkan ringkasan tajuk berita semasa yang disiarkan.

Rajah 2 menunjukkan taburan kekerapan berita yang disiarkan sepanjang setahun bermula pada bulan November 2015 sehingga November 2016. Bagi bulan November 2015 bagi *Utusan Malaysia Online* adalah sebanyak 1.4 peratus dan *Astro Awani Online* pula sebanyak 4.0 peratus. Bagi bulan Disember 2015, keluaran berita tersiar di *Utusan Malaysia Online* adalah sebanyak 5.6 peratus manakala *Astro Awani Online* adalah 20.0 peratus. Diteruskan bagi bulan Januari tahun berikutnya 2016, *Utusan Malaysia* mencatat kekerapan keluaran berita tersiar adalah sebanyak 2.1 peratus dan *Astro Awani Online* pula sebanyak 6.7 peratus. Bulan Februari, kekerapan berita tersiar di *Utusan Malaysia Online* adalah 7.0 peratus dan di *Astro Awani Online* pula tiada sebarang berita yang tersiar. Diikuti bulan Mac, *Utusan Malaysia Online* mencatat keluaran 11.2 peratus dan *Astro Awani Online* 10.7 peratus. Bulan April, *Utusan Malaysia Online* mencatat keluaran berita sebanyak 7.0 peratus manakala *Astro Awani Online* 4.0 peratus.

Seterusnya, bulan Mei *Utusan Malaysia Online* telah mencatat keluaran sebanyak 10.5 peratus dan *Astro Awani Online* 5.3 peratus.

Selanjutnya, kekerapan berita tersiar bagi bulan Jun, *Utusan Malaysia Online* mengeluarkan sebanyak 7.7 peratus artikel manakala *Astro Awani Online* pula sebanyak 4.0 peratus artikel. Pada bulan Julai, *Utusan Malaysia Online* mengeluarkan sebanyak 11.2 peratus dan *Astro Awani Online* sebanyak 9.3 peratus. Bulan Ogos, kekerapan berita yang tersiar bagi *Utusan Malaysia Online* adalah sebanyak 8.4 peratus dan *Astro Awani Online* adalah sebanyak 4.0 peratus. Pada bulan September, *Utusan Malaysia* mencatatkan pengeluaran sebanyak 5.6 peratus dan 6.7 peratus bagi *Astro Awani Online*. *Utusan Malaysia* mencatat keluaran kekerapan berita tersiar pada bulan Oktober adalah sebanyak 14.0 peratus dan *Astro Awani Online* pula sebanyak 13.3 peratus. Akhir sekali, pada bulan November *Utusan Malaysia Online* mencatat kekerapan berita tersiar 8.4 peratus dan *Astro Awani Online* 12 peratus.

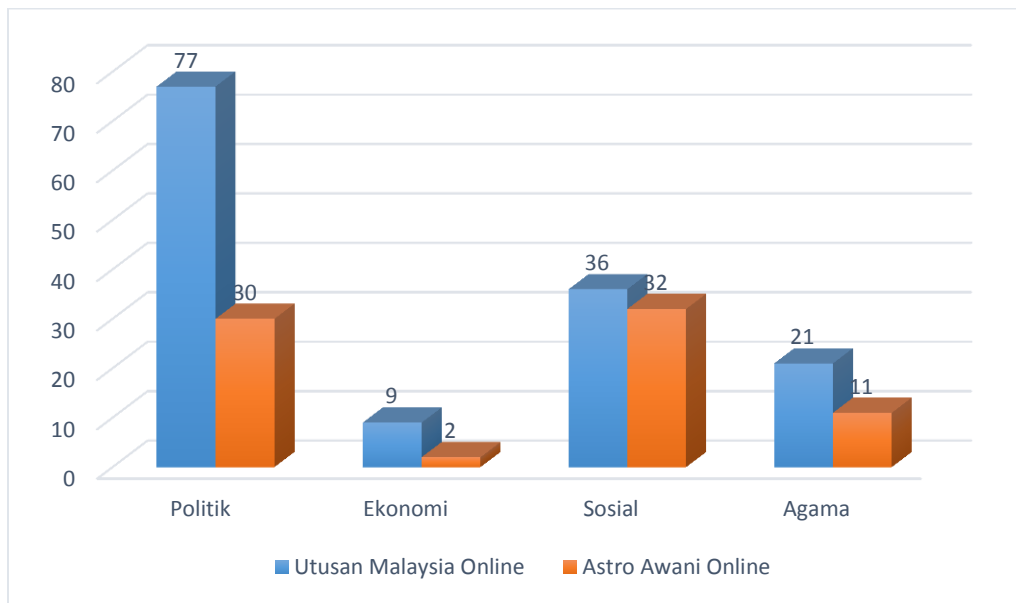


Rajah 2: Taburan Kekerapan Penerbitan Berita (Bulanan)

Rajah 2 juga telah menunjukkan perbezaan bentuk jadual bagi pengeluaran antara dua akhbar dan *Utusan Malaysia online* memaparkan berita secara meningkat pada amnya. Berita yang diterbitkan oleh kedua-dua agensi berita ini semakin banyak menjelang tarikh pilihan raya manakala *Astro Awani Online* pula menunjukkan graf tidak konsisten. Hal ini kerana setiap akhbar mempunyai cara penyampaian agenda tersendiri.

4.3 Isu-Isu Yang Ditekankan Dalam Kempen Pilihan Raya

Antara isu-isu yang banyak disentuh adalah berkaitan dengan politik, ekonomi, sosial dan agama. Berita banyak menyentuh isu yang ditimbulkan oleh Trump melibatkan sentimen agama, hal-hal peribadi beliau, dan sebagainya.



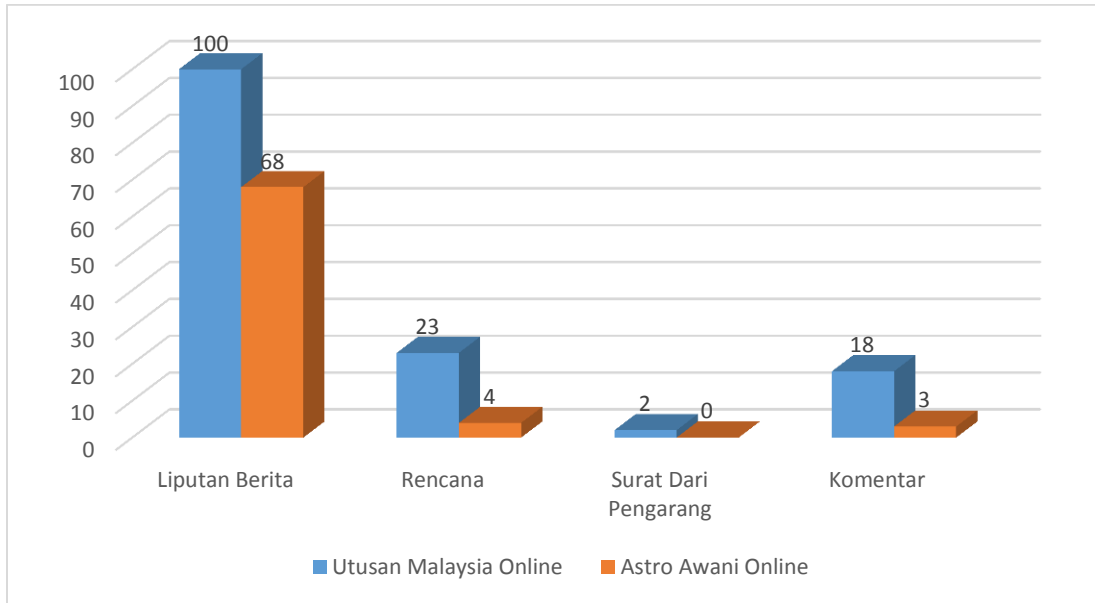
Rajah 3: Isu-isu dalam *Utusan Malaysia Online* dan *Astro Awani Online*

Rajah 3 menunjukkan taburan kekerapan isu-isu dalam akhbar *Utusan Malaysia* dan *Astro Awani Online*. Terdapat empat isu iaitu politik, ekonomi, sosial dan agama. Dalam kajian ini, sebanyak 53.8 peratus bagi *Utusan Malaysia Online* dan 40 peratus bagi *Astro Awani Online* menyentuh isu politik. Manakala bagi isu ekonomi, *Utusan Malaysia Online* sebanyak 6.3 peratus dan *Astro Awani Online* 2.7 peratus. Isu sosial bagi *Utusan Malaysia Online* adalah sebanyak 25.2 peratus dan *Astro Awani Online* adalah 42.7 peratus. Seterusnya, bagi isu agama pula *Utusan Malaysia Online* dan *Astro Awani Online* memiliki peratusan yang sama iaitu sebanyak 14.7 peratus.

Berdasarkan rajah 3 ini menunjukkan isu berita berkaitan politik lebih banyak jika dibandingkan dengan isu ekonomi, sosial dan agama. Hal ini kerana berita yang disiarkan adalah berkaitan dengan kempen pilihan raya calon Presiden Amerika Syarikat. Selain pemaparan berita mengenai perjalanan kempen, isu kedua tertinggi iaitu isu sosial adalah bagi menyentuh hal peribadi calon tersebut.

JENIS – JENIS BERITA

Rajah 4 menunjukkan jadual taburan yang menunjukkan jenis-jenis berita iaitu liputan berita, rencana, surat dari pengarang dan komentar. Liputan berita bagi *Utusan Malaysia Online* mencatat sebanyak 68 peratus manakala *Astro Awani Online* adalah sebanyak 90.7 peratus. Seterusnya catat bagi rencana bagi *Utusan Malaysia Online* adalah sebanyak 16.1 peratus dan *Astro Awani Online* pula sebanyak 5.3 peratus. Bagi jenis berita surat dari pengarang, hanya *Utusan Malaysia Online* sahaja yang menyiarkan artikel iaitu sebanyak 1.4 peratus manakala tiada di *Astro Awani*. Bagi komentar di surat khabar *Utusan Malaysia Online* mencatat sebanyak 12.6 peratus dan *Astro Awani Online* sebanyak 4 peratus.



Rajah 4: Jenis Berita yang Disiarkan Dalam Kedua-Dua Saluran Akhbar

Menurut rajah 4, liputan berita dikira lebih banyak jika dibandingkan jenis berita lain seperti rencana, surat dari pengarang dan komentar. *Utusan Malaysia Online* menunjukkan liputan berita terbanyak berbanding liputan berita. Selain *Utusan Malaysia Online* menyediakan ruang bagi pembaca berkongsi pengalaman dan idea di bahagian rencana, surat dari pengarang dan komentar yang mana bahagian tersebut lebih tinggi jika dibandingkan dengan *Astro Awani Online*.

Liputan Berita

Liputan berita adalah penyampaian berita atau sekadar melaporkan segala kejadian yang telah berlaku. Berikut merupakan contoh liputan biasa yang pada kebiasaannya pembaca akan lebih tertarik dengan membaca 'headline' dahulu sebelum membaca keseluruhan artikel.

"...Hillary atau Trump?

Presiden Amerika Syarikat Ke-45

09 November 2016 12:23 AM

NEW YORK 8 Nov. - Selepas berbulan-bulan menjalankan kempen di seluruh negara, calon Presiden Amerika Syarikat (AS) Hillary Clinton dan Donald Trump kini berdepan debaran menanti pemenang apabila lebih 40 juta pengundi menunaikan tanggungjawab memilih Presiden Ke-45 negara ini hari ini dan esok...."

(Utusan Malaysia Online, 9 November 2016)

"...Donald Trump serah laporan kesihatan pada Dr Oz

Agensi | Diterbitkan pada September 15, 2016 12:35 MYT

WASHINGTON: Calon presiden dari parti Republikan, Donald Trump, muncul dalam rancangan bual bicara perubatan popular 'The Dr Oz Show' bagi menjelaskan keadaan kesihatannya....."

(Astro Awani Online, 15 September 2016)

Strategi akhbar yang menyetengah tajuk bersifat sensasi dan peribadi sebegini bertujuan komersil untuk menarik pembaca. Ia digunakan khususnya untuk berita yang diterbitkan secara berturutan khususnya isu pilihanraya atau isu bencana. Strategi ini digunakan bagi membolehkan golongan pembaca menilai dengan lebih dekat tentang ciri-ciri keperibadian pemimpin yang bakal bertanding dalam pilihanraya ini.

Rencana

Rencana adalah penulisan yang tidak berformat. Selalunya rencana ini lebih kepada penceritaan yang lebih santai dan tidak mempunyai aspek penekanan yang tinggi.

"...Di bawah adalah petikan pilihan debat pusingan pertama menuju ke tarikh pilihan raya 8 November.

Stamina untuk memimpin?

"Saya kata dia tidak mempunyai stamina. Dan saya tidak percaya dia ada stamina itu. Untuk menjadi presiden negara ini, anda memerlukan stamina yang banyak." – Trump

"Sekiranya beliau telah melawat ke 112 buah negara dan membuat rundingan damai, gencatan senjata dan pelepasan puak penentang .. atau menghabiskan 11 jam memberi keterangan di hadapan ahli jawatankuasa kongres, dia boleh bercakap mengenai stamina dengan saya." – Clinton

Pengalaman yang betul?

"Biar saya beritahu anda, Hillary mempunyai pengalaman. Tetapi, ia buruk, pengalaman yang buruk" – Trump

Terlalu banyak persediaan?

"Saya rasa Donald cuma mengkritik saya kerana mempersiapkan diri untuk debat ini. Ya, saya memang bersedia. Dan anda tahu apa lagi yang telah saya bersedia? Saya bersedia untuk menjadi seorang Presiden." – Clinton.... "

(Astro Awani Online, 27 September 2016)

Akhbar kebiasaannya akan menulis rencana berbentuk kupasan bagi menceritakan sesuatu isu dengan lebih mendalam. Penggunaan tanda soal bagi membangkitkan sesuatu isu dapat membantu pembaca menilai sesuatu artikel dengan lebih mendalam. Impak kepada penggunaan ayat dalam rencana sebegini akan membolehkan sesuatu berita itu dikembangkan dengan lebih luas dengan membangkitkan persoalan serta idea baharu bagi membolehkan pembaca menilai dengan lebih mendalam. Selain itu, kenyataan langsung daripada subjek iaitu pemimpin yang bertanding kerap digunakan bagi menghasilkan sentiment retorik yang lenih berkesan berbanding kenyataan atau ulasan daripada wartawan yang menulis berita ini.

Komentar

Komentar adalah pendapat atau pandangan yang lebih ke arah mengkritik sesuatu isu yang sedang berlaku. Media kebiasaannya cenderung untuk mengetengahkan komentar daripada bekas pemimpin, penganalisis politik yang berpengaruh dandikenali bagi mendapatkan bingkai berita yang berbeza dan lebih bersifat analitikal.

"... 'Clinton dan Trump sama-sama teruk' - Tun Mahathir

Astro Awani Online | Diterbitkan pada November 02, 2016 16:06 MYT

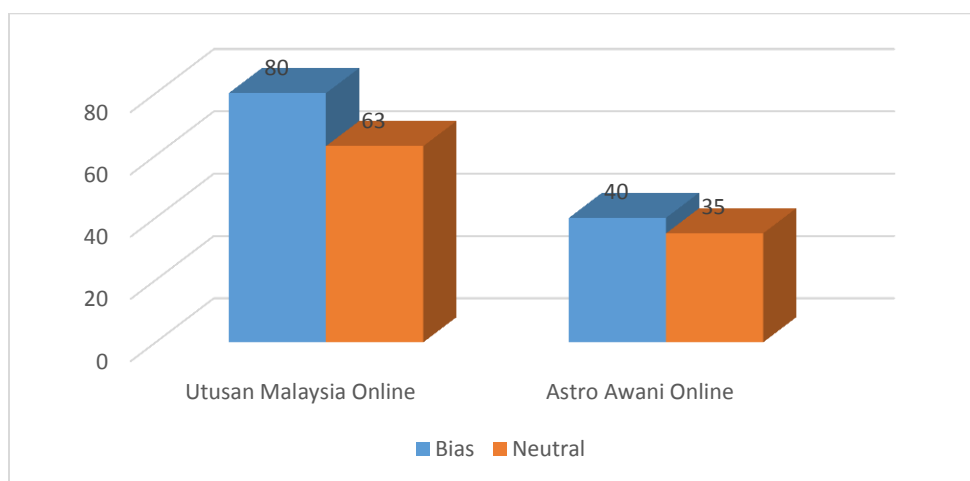
PUTRAJAYA: Tun Dr Mahathir Mohamad sedikitpun tidak 'berminat' terhadap kedua-dua calon yang bakal merebut kerusi Presiden Amerika Syarikat kali ini, sama ada Hillary Clinton dan Donald Trump.

"Kedua-duanya sama-sama teruk. Namun, jika anda meminta saya membuat pilihan, tentunya Clinton...."

(Astro Awani Online, 2 November 2016)

Petikan yang diambil adalah untuk melihat jenis komen berunsur kritikan kepada kedua-dua calon Presiden ini. Ini juga menjelaskan bahawa Tun Dr. Mahathir Mohamad tidak menyukai kedua-dua calon oleh kerana sifat buruk dan hal keperibadian yang tidak seharusnya ada pada seorang pemimpin.

Kecondongan Berita



Rajah 5: Kategori Kecondongan Berita

Rajah 5 menunjukkan berita di kategori kepada dua bahagian iaitu berita yang dianggap 'bias' atau berat sebelah dan bersifat tidak berpihak kepada mana-mana bahagian. *Utusan Malaysia Online* menunjukkan bilangan artikel yang berunsur 'bias' adalah sebanyak 80 artikel berbanding *Astro Awani Online* sebanyak 40 artikel sahaja. Manakala berita yang berbentuk

neutral pula adalah sebanyak 63 artikel bagi *Utusan Malaysia Online* dan 35 artikel bagi *Astro Awani Online*.

Kajian ini menunjukkan bahawa kedua-dua akhbar ini lebih kearah memaparkan berita-berita berunsur berat sebelah atau erti kata lain, ianya bersifat menyentuh hal peribadi seseorang atau ada unsur-unsur mengkritik tindakan seseorang itu.

Berita Berat Sebelah

Dalam penerbitan berita, akan wujudnya unsur 'bias' atau berat sebelah ini bagi menarik minat pembaca sekaligus boleh mendatangkan keuntungan kepada sesetengah pihak. Unsur berat sebelah ini dilihat jelas dalam kedua-dua akhbar yang dikaji iaitu menyokong kepada calon Demokrat.

"...episod kartun tersebut bertajuk Bart to the Future yang disiarkan pada Mac 2000, watak Bart berpeluang melihat masa depan sebuah negara yang mengalami kemerosotan akibat penyelewengan kewangan dan jenayah terancang didalangi oleh watak jahat bergelar, The Trump. Kartun The Simpsons juga meramalkan penyebaran wabak maut Ebola yang melanda Afrika Barat pada awal 2015 menerusi satu episod yang ditayangkan pada 1997 dan ramalan tersebut ternyata menjadi realiti. Malah satu episod yang dita-yangkan pada 2001 menunjukkan peperangan yang melanda negara-negara Arab, situasi yang sama berlaku pada hari ini di Syria, Yemen, dan Libya akibat fenomena Kebangkitan Arab..."

(Utusan Malaysia Online, 14 Mac 2016)

Penyampaian berita melalui karakter kartun cuba menunjukkan perangai Trump. Cara penyampaian berita juga telah menekankan sesuatu isu seolah-olah benar-benar telah berlaku. Jika pembaca artikel ini, adalah amat susah untuk mempercayainya atau tidak.

"...portal yang sama turut berkata acara ini diilhamkan oleh tradisi Latin Amerika dimana mereka akan isi anak patung boneka dengan objek yang melambangkan kenangan buruk bagi mereka. Menurut Daily Mail, acara ini sudah memasuki tahun ke sembilan dan diraikan pada 28 Disember. Netizen kongsi suasana di New York sempena Good Riddance Day. Yang lucunya, ada warga tempatan menunjukkan gambar calon Presiden AS yang mewakili parti Republikan Donald Trump yang ingin diletakkan ke dalam mesin pencincang..."

(Astro Awani Online, 29 Disember 2015)

Elemen humor yang ditekankan dalam berita ini adalah bagi memaparkan bahawa seorang calon Presiden dengan meletakkan gambar di dalam mesin pencincang. Berita ini cuba membawa maksud seakan-akan Trump tidak layak untuk menjadi pemerintah dan beliau layak

dihancurkan kerana polisi populis dan kontroversi sepanjang kempennya. Pendirian tegas dan melawan arus yang dibawa oleh Trump ini dijangka mampu mengancam kestabilan politik dan ekonomi Amerika Syarikat dalam jangkamasa panjang. .

Berita Tidak Berat Sebelah

Berikut adalah analisis teks artikel yang neutral kerana ianya tidak menyokong mana-mana pihak sama ada Republikan mahupun Demokratik. Artikel ini menulis mengenai kebaikan dan keburukan kedua-dua calon pilihan raya Presiden Amerika Syarikat.

“...calon Presiden Amerika Syarikat dari parti Demokrat, Hillary Clinton dan parti Republikan Donald Trump berada pada kedudukan yang baik bagi menjamin penguasaan besar dalam pertandingan merebut kerusi calon Presiden Amerika Syarikat.

Dalam perkembangan terbaru menurut laporan AFP, Clinton kini mencatat enam kemenangan yang kebanyakannya di kawasan selatan Amerika Syarikat, manakala saingannya Trump juga meraih enam kemenangan.

Super Tuesday merupakan hari yang paling penting bagi kalendar penamaan calon presiden negara itu.

Clinton dilihat mahu membina pimpinan kukuh, manakala parti Republikan berusaha untuk menggagalkan pendahulu kontroversi, Trump....”

(Utusan Malaysia Online, 2 Mac 2016)

Artikel di atas ini merujuk kepada kemenangan yang diperolehi oleh kedua-dua calon parti. Setelah dianalisis teksnya, tidak terdapat apa-apa unsur negatif yang ditulis seterusnya menjadikan berita ini neutral.

KESIMPULAN

Secara umumnya, *Utusan Malaysia Online* lebih banyak menerbitkan berita berbanding *Astro Awani Online* sepanjang tempoh pilihan raya Presiden Amerika Syarikat dibuat. Begitu juga dengan keluaran berita bulanan, *Utusan Malaysia Online* banyak mengeluarkan berita dan ianya secara konsisten manakala *Astro Awani Online* adalah tidak konsisten. Bagi isu-isu yang dipilih, politik telah menunjukkan perbilangan isu yang paling tinggi dan ini sangatlah berkaitan kerana ianya merupakan kempen pilihan raya. Selain politik, ia juga menyentuh isu sosial yang juga merangkumi hal keperibadian seseorang. Melihat kepada kategori berita pula, sebahagian besar berita yang dipaparkan adalah berunsur berat sebelah iaitu anti calon Republikan berbanding berita bias dan neutral.

Dalam kajian ini menunjukkan bahawa isu-isu yang disiarkan dalam kempen Trump bagi dua akhbar atas talian ini iaitu *Utusan Malaysia Online* dan *Astro Awani Online* untuk melihat kecondongan berita dilihat daripada aspek berita tersebut ‘bias’ ataupun tidak kepada beliau. Antara pemaparan berita yang seringkali disiarkan adalah isu politik, ekonomi, sosial dan agama. *Utusan Malaysia Online* banyak memaparkan berita berkaitan politik berbanding *Astro Awani Online* yang banyak menyentuh isu sosial Trump.

Daripada segi kecondongan, kedua-dua akhbar atas talian ini dilihat banyak menampilkan unsur 'bias' yang menghentam calon Republikan, seterusnya mampu mempengaruhi pembaca secara keseluruhannya.

Hal ini dapat dilihat dengan adanya ruangan khas bagi pembaca mengeluarkan idea dan pendapat. Kebanyakan idea dan pendapat daripada pembaca juga memiliki unsur 'bias' dan secara tidak langsung hal ini telah menunjukkan bahawa liputan berita mampu mengubah pendapat dan persepsi masyarakat melalui penyampaian berita.

Secara tidak langsung, fokus kepada dua bahagian daripada teori ini iaitu agenda publik dan agenda media. Agenda media berjaya monopoli kajian dengan banyaknya artikel berunsur berat sebelah atau 'bias' bagi kedua-dua akhbar iaitu *Utusan Malaysia Online* dan *Astro Awani Online*. Seterusnya, agenda publik pula menetapkan bahawa *Utusan Malaysia Online* banyak menulis artikel yang berunsur bias melalui surat dari pengarang, komentar dan rencana. Implikasi kajian ini adalah walaupun kedua-dua organisasi berita ini dimiliki oleh kerajaan atau parti-parti politik yang mesra kerajaan, strategi penentuan agenda dalam bilik berita dalam *Utusan Malaysia* dan *Astro Awani* ini adalah berbeza antara satu sama lain khususnya dalam memaparkan berita antarabangsa.

BIODATA

Shahrul Nazmi Sannusi merupakan pensyarah kanan di Pusat Pengajian Media dan Komunikasi, Universiti Kebangsaan Malaysia. Bidang kajian dan pengajaran beliau adalah berkaitan kewartawanan dan penerbitan.

Nawwar Aqilah Mohd Fauzi merupakan pelajar tahun akhir Sarjana Muda Pengajian Media di Universiti Kebangsaan Malaysia.

RUJUKAN

- Ball-Rokeach, S. J., Rokeach, M., & Grube, J. W. 1984. *The Great American Values Test: Influencing Behavior and Belief Through Television*. New York, NY: The Free Press.
- Cappella, J., & Jamieson, K.H. 1997. *Spiral Of Cynicism: The Press And The Public Good*. New York: Oxford University Press
- Cohen, B 1963. *The Press And Foreign Policy*. New York: Harcourt.
- Dimitrova, D. V. & Geske, E. 2009. To Cry Or Not To Cry: Media Framing Of Hillary Clinton In The Wake Of The New Hampshire Primary. Paper Presented To The 2009. *International Communication Association Conference*, Chicago, IL
- Gomez .E.D & Jomo K.S. 2001. *Malaysia's Political Economy: Politics, Patronage and Profits*. United Kingdom: Cambridge University Press
- Jones, C. 2008. Vice Presidents And Other Heirs Apparent: The Historical Experience Of Experience. *Presidential Studies Quarterly*, 38(3), 422-433
- Kahn, K. 1994. Does Gender Make A Difference? An Experimental Examination Of Sex Stereotypes And Press Patterns In Statewide Campaigns. *American Journal of Political Science*, 38(1), 162-195.
- Leeper, M. 1991. The Impact Of Prejudice On Female Candidates: An Experimental Look At Voter Inference. *American Politics Quarterly*, 19(2), 248-261.

- McCombs, M 2005. "A Look At Agenda-Setting: Past, Present And Future.". *Journalism Studies*. 6 (4): 543–557. Doi:10.1080/14616700500250438.
- McCombs, M; Reynolds, A 2002. "News Influence On Our Pictures Of The World". *Media Effects: Advances In Theory And Research*
- McCombs, M; Shaw, D 1972. "The Agenda-Setting Function Of Mass Media". *Public Opinion Quarterly*. 36 (2): 176. Doi:10.1086/267990.
- Nobaya, A., Ezhar, T. & Turiman, S. 2007. *Youth Participation in Civil Society. Round Table Discussion on Youth for Nation Building, Session 4*. Selangor: Institut Penyelidikan Pembangunan Belia Malaysia, Kementerian Belia dan Sukan Malaysia dan Institut Pengajian Sains Sosial, Universiti Putra Malaysia
- Norris, P. 1997. *Women, Media, And Politics*. New York: Oxford University Press.
- Patterson, T. 2002. *The Vanishing Voter: Why Are The Voting Booths So Empty?* *National Civic Review*, 91(4), 367- 379.
- PEW Research Center for the People and the Press. (2008). Few will miss campaign news: Public's favorite – and least favorite – campaign journalists. Retrieved November 12, 2008 from PEW Research Center Publications: <http://pewresearch.org/pubs/1030/few-will-miss-campaign-news>.
- R Ramli, CP Kee, SN Sannusi, The Framing Of News On The Border Of CamarBulan And TanjungDatu, West Kalimantan. *JURNAL KOMUNIKASI-MALAYSIAN JOURNAL OF COMMUNICATION* 31 (2), 341-370
- Rogers, E; Dearing, J 1988. "Agenda-Setting Research: Where Has It Been, Where Is It Going?". *Communication Yearbook*. 11: 555–594.
- SN Sannusi, N Mustaffa, 2015. Akhbar Versi Digital: Implikasi Terhadap Trend Sirkulasi Akhbar Bercetak di Malaysia. *Jurnal Komunikasi: Malaysian Journal of Communication*. 31 (2), 687-701
- Siti Ezaleila Mustafa, Azizah Hamzah 2011. Media Baharu Yang Baharu: Trend Penggunaan Jaringan Sosial dalam Kalangan Pengguna di Malaysia. *Jurnal Pengajian Media Malaysia*. Vol. 13, no. 2, 2011 Pages 93–110
- Smith, K. 1997. When All's Fair: Signs Of Parity In Media Coverage Of Female Candidates. *Political Communication*, 14(1), 71-82.
- Stempel & Windhauser. 1991. *The Media In 1984 And 1988 Presidential Campaigns*. New York: Greenwood Press.
- Valentino, N.A., Beckmann, M.N., & Buhr, T.A. 2001. A Spiral Of Cynicism For Some: The Contingent Effects Of Campaign News Frames On Participation And Confidence In Government. *Political Communication*, 18, 347-364.
- Xiang, Yi, and Miklos Sarvary 2007. "News Consumption and Media Bias." *Marketing Science* 26, No. 5: 611-628.