



**UNIVERSITI PUTRA MALAYSIA**

**KREDIBILITI AKHBAR TEMPATAN:  
SATU ANALISIS MENGENAI ISU POLITIK SEMASA**

**WAN MAHARUDDIN HJ. WAN SULAIMAN**

**FBMK 1999 13**

# **KREDIBILITI AKHBAR TEMPATAN: Satu Analisis Mengenai Isu Politik Semasa**

Oleh :

**WAN MAHARUDDIN HJ. WAN SULAIMAN**

Projek ini merupakan salah satu keperluan khusus untuk mendapatkan Master Sains (Komunikasi Korporat) dari Jabatan Komunikasi, Fakulti Bahasa Moden dan Komunikasi, Universiti Putra Malaysia.

Februari, 1999



## Penghargaan

**Bismillahirrahmanirahim.**

*Segala puji bagi Allah yang telah mengurniakan nikmat dan kesejahteraan kepada hamba-hambaNya. Di atas keizinan Allah, dapatlah saya mendekati kertas projek ini bagi memenuhi syarat kursus. Mudah-mudahan segala apa yang saya perolehi diberkatiNya.*

*Namun, segala keupayaan ini tidak mungkin terlaksana tanpa tunjuk ajar dan didikan dari mereka yang telah mendapat taufik dan HidayahNya. Mereka adalah penyalur Ilmu kepada saya. Buat Prof. Madya Dr. Md. Salleh Hj. Hassan, Timbalan Dekan Fakulti Bahasa Moden dan Komunikasi, Dr. Ezhar Tamam, Ketua Jabatan Komunikasi, Prof. Madya Dr. Musa Hasan, Dr. Saodah Wok, Prof. Dr. Syed Aidid, En. Zamri, En. Azizal Abd. Aziz, pensyarah-pensyarah Jabatan Komunikasi dan tidak ketinggalan buat semua kakitangan bukan akademik khususnya Kak Bib, saya amat terhutang budi di atas curahan Ilmu dan kerjasama yang tidak mungkin dapat saya membalasnya. Insya-Allah tidak akan saya sia-siakan kurniaan Allah ini.*

*Bagi rakan-rakan seperjuangan; Muazamir, Latiff, Subki, Sazali, Borhan, Anita, German, Saerah dan lain-lainnya TERIMA KASIH untuk semua yang membantu.*

*Semoga Ilmu yang dikurnia Allah ini dapat dimanfaatkan dengan sewajarnya.*

**WAN MAHARUDDIN HJ. SULAIMAN**  
Kelana Jaya, Selangor. Feb.1999



## KANDUNGAN

<b>Bab 1</b>	
<b>Pengenalan</b>	1
Latar Belakang	1
Pernyataan Masalah	5
Signifikan Kajian	7
Objektif Kajian	8
Skop Kajian	9
<b>Bab 2</b>	
<b>Penulisan Semula Kajian</b>	11
Teori Berkaitan	17
Operasionalisasi Konsep	19
1- Kredibiliti Akhbar	19
2- Isu Politik Semasa	19
<b>Bab3</b>	
<b>Metodologi</b>	23
Lokasi Kajian	23
Populasi kajian	24
Pemilihan Sampel	25
Sais Sampel	25
Instrumen Kajian	25
1- Demografi/Latar belakang	
2- Tabiat Membaca Akhbar	
3- Faktor Mempengaruhi Isu	
4- Pengadilan Berita	
5- Media Alternatif	
Penganalisaan Data	28
<b>Bab 4</b>	
<b>Hasil Kajian</b>	29
Maklumat Demografi/Latar belakang Responden	29
Faktor Mempengaruhi Isu	33
Ciri-ciri Penerbitan Akhbar	35
Faktor Pengadilan	38
Media Alternatif	46
<b>Bab 5</b>	
<b>Rumusan dan Cadangan</b>	48
Rujukan	53
Lampiran	

**SENARAI JADUAL**

<b>Jadual 1</b>	<b>Gender, Bangsa, Umur dan Status Perkahwinan</b>	<b>31</b>
<b>Jadual 2</b>	<b>Taraf Pendidikan dan Sektor Pekerjaan</b>	<b>32</b>
<b>Jadual 3</b>	<b>Perbandingan Kekerapan Membaca Akhbar</b>	<b>34</b>
<b>Jadual 4</b>	<b>Faktor Mempengaruhi Kekerapan</b>	<b>35</b>
<b>Jadual 5</b>	<b>Pilihan Bahasa Pengantar Akhbar</b>	<b>36</b>
<b>Jadual 6</b>	<b>Sumber Perolehan Akhbar</b>	<b>37</b>
<b>Jadual 7</b>	<b>Jumlah Terbitan Akhbar yang Dibaca</b>	<b>37</b>
<b>Jadual 8</b>	<b>Akhbar Pilihan</b>	<b>39</b>
<b>Jadual 9</b>	<b>Faktor Kredibiliti dan Kualiti Akhbar</b>	<b>40</b>
<b>Jadual 10</b>	<b>Penerusan Pembacaan Akhbar</b>	<b>41</b>
<b>Jadual 11</b>	<b>Tanggapan Responden Ke atas Organisasi</b>	<b>42</b>
<b>Jadual 12</b>	<b>Persepsi Responden Ke atas Affidavit</b>	<b>45</b>
<b>Jadual 13</b>	<b>Tindak-balas Ke atas Akhbar</b>	<b>46</b>
<b>Jadual 14</b>	<b>Media Alternatif</b>	<b>46</b>



## Abstrak

Isu Kredibiliti terhadap akhbar dan wartawan menjadi topik perbincangan di mana-mana juga. Kajian dan apa juga penyelidikan melihat kredibiliti sebagai suatu masalah. Tetapi, tidak ada pendekatan yang boleh dibuat bagi mengatasi masalah kredibiliti. Fenomena ini tetap menjadi masalah yang berlanjutan. Kertas projek ini mengutarakan suatu pandangan umum terhadap persepsi masyarakat mengenai isu kredibiliti akhbar khususnya sejak 2 September 1998. Akibat dari isu penyingkiran Dato' Seri Anwar Ibrahim, berbagai tekanan dan tuduhan dilemparkan ke atas media khususnya akhbar-akhbar utama negara. Apakah ini menunjukkan suatu krisis kredibiliti? Sekiranya benar, sejauh mana ianya terjadi dan apa pula faktor-faktor yang menyebabkannya. Akhbar dilihat sebagai sumber yang penting khususnya dalam mencari informasi penting mengenai isu-isu semasa atau sesuatu yang rumit difahami. Bagaimanapun, penemuan kajian ini melihat kredibiliti akhbar tempatan semakin menurun. Dua pandangan boleh dilihat; Pertama, masyarakat masih memerlukan atau menghargai akhbar. Kedua, masyarakat melihat akhbar sebagai media dengan masalah kepercayaannya. Lebih-lebih lagi apabila akhbar-akhbar utama tempatan dikaitkan dengan kongkongan parti pemerintah serta mengikut telunjuk orang-orang tertentu. Seramai 42 peratus daripada responden mengatakan mereka membaca akhbar kerana faktor politik dan ekonomi semasa. Daripada jumlah itu, sebanyak 70.9 peratus menganggap kandungan akhbar-akhbar utama tempatan 'adil dan menyeluruh'. Bagaimanapun seramai 40 peratus responden mengatakan Utusan adalah akhbar yang paling berat sebelah. Sebanyak 21 peratus daripada mereka sudah tidak membaca Utusan lagi. Akhbar Harakah pula dianggap sebagai yang paling adil dan saksama (23.7%). Mengenai media alternatif, 82.4 peratus mengatakan mereka cenderung kepada radio dan televisyen tempatan khususnya berita NTV7 manakala 63.4 peratus merumuskan bahawa mereka lebih mempercayai 'internet'.

## Abstract

The Credibility of Journalist and Newspaper is a frequent topic of conversation in many places. The soul searching has sometimes been described as on going ritual of self-flagellation. But despite concerted efforts of some in the industry, journalism credibility remains a topic of concern. This project paper provides an overview of public opinion surveys of what people perceive about credibility crisis towards local newspaper after 2 September 1998. The sacking of Dato' Seri Anwar Ibrahim incident, created discrepancy among the citizen towards the credibility of newspaper. Does a credibility challenge even exist? If so, to what extent? What might be some of the factors at play? By many measures things look relatively good for newspapers, especially when it comes to whom people look to for local news and 'hard-to-understand' issues. The research suggests that overall the press' credibility is at steadily declining. A survey data might suggest there are two competing trends simultaneously at work. First, generally people cherish newspapers – perhaps one sign of this is the high expectations people hold for newspapers. The second trend is about specific measures of newspapers and their credibility. Here people are mixed at best, indeed often critical of newspapers in such areas as balance and accuracy and organizations' attitudes and commitment towards the ruling government. The finding shows that 42 percents of the respondents read newspapers in pursue of current's political and economics crisis. Overall 70.9 percents characterized the coverage of few local newspapers as balanced and complete, despite the existence of credibility phenomenon. 40 percents of that number regard Utusan as the most 'biased' newspaper whereby 21percents dictate as 'they don't read the newspaper anymore'. Harakah however, voted to be the most 'balanced and fair' tabloid at 23.7 percents. Towards the alternatives media, 82.4 percents say they listen to radio and television especially NTV7 news. Internet voted to be the second most popular alternative media at 63.4 percents in search of more information that regards to current political crisis.



# BAB 1

---

## PENGENALAN

### *Latar Belakang Kajian*

Mark Twain pernah mengatakan, “I am not the editor of a newspaper. And I shall always try to do right and be good, so that God will not make me one.”

Media memainkan peranan yang amat penting dalam sesebuah masyarakat. Malah media boleh menjadikan kebatilan suatu kebenaran dan sebaliknya. Media terbukti berupaya mengubah persepsi masyarakat terutamanya dalam masyarakat yang tidak mempunyai kesedaran ilmu yang tinggi (*Defluer, 1971*).

Secara teorinya, media seharusnya bersikap adil kepada semua pihak. Tetapi media yang bersifat komersil terpaksa mengorbankan etika kewartawanannya demi ‘wang’ dan ‘gaji’ lantas, tidak memungkinan idealisme itu menjadi suatu kenyataan. Apabila media dikawal oleh mana-mana pihak maka ia tidak dapat tidak perlu mempertahankan mereka yang menyediakan ‘periuk nasinya’.

Keadaan ini tidak saja melanda media tempatan bahkan juga media antarabangsa seperti CNN, AFP, Reuters dan sebagainya yang beroperasi bagi memenuhi agenda



pihak-pihak tertentu walaupun cuba berselindung di sebalik slogan kebebasan media dan tidak menyebelahi mana-mana pihak. Tetapi apa yang jelas, media hanyalah menjadi alat bagi pihak yang menguasainya untuk dipergunakan bagi mempertahankan kedudukannya atau menjatuhkan orang lain.

Dalam sesebuah negara yang tidak mempunyai kebebasan media, keseluruhan medianya hanya menjadi saluran pihak-pihak tertentu untuk menyalurkan maklumat yang telah ditapis kepada rakyatnya. Meskipun dalam negara kita masih wujud media-media kecil yang diberikan sedikit kebebasan untuk menyalurkan idea-idea bertentangan dengan media utama tetapi, ianya hanya diberi ruang yang sedikit untuk bergerak. Justeru, media khususnya akhbar telah menghadapi suatu krisis kepercayaan atau kredibiliti.

Kredibiliti media massa khususnya akhbar bukanlah satu fenomena baru. Kajian media yang lalu banyak memperkatakan tentang kredibiliti akhbar. Ini termasuk kajian yang memperkatakan peranan penyunting berita dan wartawan. Setiap negara di dunia dikatakan mempunyai masalah mengenai kebebasan, kepercayaan dan integriti akhbar. Malah negara demokrasi seperti Amerika tidak terlepas dari mempersoalkan kaitan akhbar dengan suatu pihak tertentu. Masyarakat mereka juga mempersoalkan tentang kredibiliti akhbar.

Beberapa kajian media yang pernah dilakukan di Amerika, telah mengengahkan berbagai sungutan orang ramai mengenai akhbar. Antaranya ungkapan-ungkapan

seperti; ‘Kami tidak percaya pada akhbar,’ ‘Orang-orang surat khabar terlalu angkuh,’ ‘Akhbar tidak menghormati *privacy* seseorang,’ ‘Akhbar tidak menulis perkara-perkara penting bagi orang seperti kami’ dan sebagainya. Malah kajian kredibiliti akhbar menunjukkan dua pertiga daripada publik percaya surat khabar cenderung untuk memihak kepada sesuatu pihak apabila berkaitan dalam hal-hal sosial dan isu politik (*Miyamoto’s Public Relations Resource, 1996*).

Organisasi akhbar sentiasa mempunyai alasan dengan mengatakan paparan berita adalah adil dan tidak berat sebelah. Mereka mempunyai kewajipan malah dilingkungi oleh tanggung-jawab etika kewartawanan bagi menjamin kredibilitinya.

Di Malaysia, sejak tahun 1805 lagi industri surat khabar berkembang dengan baik dan meluas dalam berbagai bahasa (Mansur, 1983). Pada mulanya akhbar digunakan bagi memperkukuhkan tapak penjajahan. Ia kemudian berfungsi untuk menyalur perkembangan sastera Melayu serta menimbulkan kesedaran dan memperdebatkan hal berkaitan dengan sosio-politik-ekonomi rakyat bagi menyemarakkan semangat kemerdekaan (Mansur, 1983). Hari ini, akhbar mempunyai berbagai peranan dalam masyarakat.

Bagaimanapun, hampir semua pertubuhan-pertubuhan akhbar di Malaysia dimiliki oleh syarikat-syarikat yang dikuasai oleh parti-parti komponen pemerintah. UMNO mempunyai kepentingan dalam Kumpulan The New Straits Times Berhad dan Kumpulan Utusan. MCA juga mempunyai kepentingan dalam akhbar The Star,

manakala tabloid Harakah yang diterbitkan dua kali seminggu dimiliki oleh parti PAS. Justeru, pengedaran akhbar Harakah tidak sebegitu bebas kerana kerajaan mengenakan syarat-syarat tertentu dan (sepatutnya) ia hanya berhak dijual kepada ahli-ahli PAS sahaja. Tidak hairanlah bagi menjamin kepentingan pemerintah, kestabilan dan kekuasaan parti, akhbar memainkan peranan penting dan mempunyai agenda-agendanya tersendiri.

Perlembagaan Malaysia, Perkara (10) di bawah bahagian Dua Hak Asasi, memberi kebebasan bercakap dan kebebasan media. Tetapi 'kebebasan' ini ditokok oleh berbagai akta lain yang dianggap bertentangan dengannya seperti; Ordinan Fitnah atau Defamation Ordinance, (1957). Akta Mesin Cetak (1948) (pindaan 1974), Akta Keselamatan Dalam Negeri (ISA), Akta Hasutan (1948) (pindaan 1971), Akta Kemasukkan Bahan-bahan Bercetak (1958), Akta Rahsia Rasmi (1972) dan sebagainya. Akta-akta ini diperkuatkuasakan. Ada wartawan malah individu dari kalangan masyarakat umum menjadi mangsa Akta Rahsia Rasmi (OSA), ISA dan sebagainya. Malah kebelakangan ini begitu mudah sekali rakyat dikenakan Akta Keselamatan Dalam Negeri (ISA).

Penglibatan dan pembahagian kuasa (empowerment) politik dalam organisasi akhbar (media) telah menimbulkan banyak implikasi. Masyarakat sebagai pembaca mempunyai berbagai persepsi di atas penglibatan ini. Ini terutamanya apabila akhbar melaporkan isu-isu yang melibatkan krisis politik semasa. Ada berita-berita tertentu yang tidak menyebelahi politik pemerintah terpaksa diketepikan atau disunting

menjadi sebaliknya untuk siaran. (Berdasarkan pengalaman semasa di Bahagian Berita, TV3) . Fenomena ini dianggap sebagai tidak adil dan berat sebelah yang menjurus kepada isu kredibiliti.

### ***Pernyataan Masalah***

Isu kejujuran dan keadilan akhbar tempatan sekarang hangat diperkatakan. Ini berikutan tercetusnya krisis politik yang disebabkan oleh tersingkirnya Timbalan Perdana Menteri Dato' Seri Anwar Ibrahim sejak 2 September 1998. Berbagai reaksi dan tindakan masyarakat wujud bila menyentuh isu ini.

Rustam A. Sani menulis, **“I have never accused the Malaysian Government of exercising stark media censorship. But through a complex network of corporate control of media companies by political parties and through manipulative selection of editorial executives, the media has been subjected not so much to direct control but more to self and subtle censorship. During times of normal political calm, the control and manipulation of the media for the most part is hardly discernible!”**. ( *Harakah*, 1999)

Rustam juga menyatakan, secara perbandingan berita yang dilaporkan oleh media barat mengenai isu politik tanahair melalui *internet* dan *TV satelit*, berita-berita oleh media tempatan diistilahkan sebagai **“distinctly unreliable”**. Ini boleh dianggap

sesuatu yang memalukan – langsung tidak boleh dipercayai. Seterusnya beliau meyakinkan dengan memetik sebagai berkata, **“...and very rapidly lost it’s credibility with the public. In fact, in the context of the ensuing ‘reformasi movement’ the local media was declared an enemy”**.

Ini ternyata dengan tindakan memboikot akhbar-akhbar Kumpulan Utusan khususnya Utusan Malaysia oleh sesetengah pihak. Bukan sekadar itu malah, kenderaan milik organisasi akhbar tersebut juga menjadi mangsa serangan penunjuk perasaan. Begitu juga TV3 memperolehi ancaman peluru hidup dari ‘audiennya’. Alasannya ialah akhbar tersebut ‘melampaui batas’ dan terlalu ‘berat sebelah’ dalam menyalurkan berita-berita yang berkaitan Dato’ Sri Anwar Ibrahim.

Merosotnya jumlah pendedaran akhbar-akhbar harian tempatan di antara 10 hingga 15 peratus (*NST Nov.98*), yang melibatkan akhbar-akhbar utama seperti Berita Harian dan Utusan Malaysia terutamanya pada hari Isnin dan Jumaat (apabila Harakah dijual) boleh dijadikan kajian. Apakah ini disebabkan faktor kredibiliti atau kerana tempas akibat kemelesetan ekonomi boleh diambil kira?

Namun satu persoalan menarik boleh diketengahkan apabila tabloid ‘Harakah’ yang sebelum ini jumlah pendedarannya 75,000 naskah telah melonjak naik sehingga melebihi 300.000 naskah dalam hanya beberapa bulan sejak 2 September 1998. (*Harakah, 1998*). Angka pendedaran tersebut setanding dengan jumlah pendedaran

Utusan Malaysia yang sebelum ini diketahui sebagai akhbar Melayu yang paling popular. Apakah alternatif ini menjadi suatu petunjuk yang boleh dianggap berhubung dengan fenomena kredibilitinya? Inilah yang menjadi pendekatan kajian media ini.

### ***Signifikan Kajian***

Kajian ini begitu penting untuk memastikan atau membuat perbandingan hasil kajian yang terdahulu adalah betul dengan menggunakan pembolehubah yang sama. Sekiranya kajian ini mencadangkan atau memberi rumusan yang sama dengan pengkaji terdahulu iaitu '**American Society of Newspaper Editors**' (*ASNE, 1998*) maka ia akan memberi gambaran bahawa persepsi publik adalah sama walaupun berada di dalam apa juga persekitaran dan latarbelakang. Ini akan membantu mengenal pasti (sort out) isu kredibiliti itu. Umpamanya, di tahap manakah ianya berlaku? Apa pula faktor-faktor penyebabnya? Penemuan kajian ini juga diharap dapat mencadangkan sekilas mengenai Tinjauan Pendapat Umum (Public Opinion Surveys) sebagai tambahan kepada Kajian Kualitatif ASNE sejak tahun 1985.

## ***Objektif Kajian***

### ***Objektif umum***

Mengenal pasti sejauh mana persepsi dan respon publik sebagai pembaca terhadap akhbar-akhbar tempatan dalam penyaluran maklumat berita mengenai krisis politik yang melibatkan Dato' Seri Anwar Ibrahim.

### ***Objektif khusus***

1. Menilai persepsi pembaca (responden) terhadap surat khabar dan organisasi penerbitnya.
2. Mengenal pasti tahap persepsi responden terhadap sesebuah penerbitan akhbar apabila membuat laporan yang melibatkan isu politik sedemikian.
3. Mengenal pasti sejauh mana tahap kepercayaan responden ke atas maklumat berita yang dianggap sebagai laporan 'tidak beretika' (melampaui tatasusila masyarakat-*memalukan*) dan berat sebelah.
4. Mengenal pasti apakah media alternatif kepada responden apabila tercetusnya krisis sedemikian.
5. Identifikasi perbandingan di atas nilai 'kepercayaan' publik terhadap media tersebut dengan latar belakang responden.

## ***Skop Kajian***

Purata jualan akhbar-akhbar utama di Malaysia mencecah angka 3,528,353 naskah sehari (November 1998). Ternyata amat besar jumlah pembacanya untuk dijadikan populasi kajian. Bagi tujuan akademik ini, mengambil kira faktor masa dan kewangan, skop atau limitasi kajian hanya ditumpukan kepada pembaca (responden) dari dua kawasan kajian yang dipilih di Lembah Kelang sahaja. Jumlah populasi di kawasan ini dianggarkan berjumlah 150,000 orang. Justeru, terlalu besar untuk mendapatkan satu kajian terperinci dan menyeluruh.

Manakala akhbar yang dipilih melibatkan akhbar-akhbar harian utama sahaja. Ini meliputi Akhbar dari Kumpulan NST; (Berita Harian/Minggu, New Straits /Sunday Times, Harian Metro dan The Malay/Sunday Mail). Akhbar Kumpulan Utusan; (Utusan Malaysia/Mingguan dan Utusan Zaman). The Star, The Sun, Harakah, Shin Min Daily News, Nanyang Siang Pao, Sin Chew Jit Poh dan Tamil Nesan.

Terbitan akhbar-akhbar tersebut dianggap sebagai akhbar popular yang dibaca setiap hari dan mewakili semua kaum di Malaysia; Melayu, Cina, India dan lain-lain bangsa. Akhbar-akhbar tabloid lain tidak dimasukkan kerana tidak dapat mewakili faktor-faktor bacaan harian yang mengutarakan isu-isu politik dan ekonomi justeru mewakili semua kaum. Bagaimanapun pernyataan yang menyentuh media alternatif akan diperolehi melalui media lain yang lebih dipercayai atau boleh dipercayai.



Tempoh kajian ialah akhbar-akhbar yang mengutarakan isu politik bermula dari 2 September 1998 hingga 2 Februari, 1999 (tarikh akhir mengumpul semula kertas soal selidik).

---

## BAB 2

---

### PENULISAN SEMULA KAJIAN

Belum ada kajian yang serupa dilakukan di Malaysia khususnya bagi melihat perkaitan kredibiliti akhbar dengan fenomena politik yang melanda. Bagaimanapun kajian yang dilakukan oleh Syed Arabi Idid (1990), yang melihat peranan media massa dalam pilihanraya Malaysia merumuskan bahawa tahap kepercayaan masyarakat terhadap akhbar adalah tinggi (76.7%). Hanya 12.9 peratus respondennya menjawab tidak percaya (*Idid,1994*). Di Amerika, kajian yang menyeluruh mengenai krisis kredibiliti media terutamanya akhbar dilakukan hampir setiap tahun. Bab ini memperkatakan penemuan yang diperolehi oleh **American Society of Newspaper Editors** yang dijalankan sejak 1985 hingga 1997. Penemuan kajian boleh dijadikan pedoman untuk kertas projek ini.

Kajian oleh American Society of Newspaper Editors (ASNE) ini, cuba mencari suatu pendekatan dalam memperkatakan cabaran kredibiliti media. Kajian cuba melihat faktor-faktor yang boleh melibatkan kredibiliti dari kacamata dan nilai kekuatan kewartawanan – dalam erti kata lain, ia tidak berat sebelah, adil dan sempurna (yang tepat dan asli), ketentuan sumber berita yang diperolehi (accessibility), kepimpinan dan faktor-faktor tabiat (behavioral) seperti amalan perniagaan serta sikap dan tabiat kewartawanan.

Namun, kajian tersebut tidak mencadangkan hubungan pembaca dengan jumlah pendedaran akhbar. Yang menjadi fokus ialah intipati isu kredibiliti. Justeru, dalam jangka masa yang panjang, meningkatnya tahap kredibiliti akan menyebabkan meningkatnya jumlah pembaca dan pendedarannya.

Bahagian pertama kajian mencadangkan gambaran umum perkara-perkara yang membantu kredibiliti. Manakala bahagian berikutnya menghurai data-data penyelidikan yang dibuat melalui nilai-nilai dan amalan yang khusus, mencadangkan apa yang diperolehi mengenai persepsi publik.

Metodologi yang digunakan dalam kajian tersebut ialah persampelan secara rawak, bancian atau temuramah melalui telefon dan penyelidikan kualitatif. Persoalan yang ditimbulkan dalam kajian ini bukan sekadar mengatakan sesuatu berita itu penting, tetapi melihat adakah isu kredibiliti itu wujud dan sejauh mana jika ia wujud? Apa yang harus dilakukan oleh publik dan bagaimana pula publik harus bertindak dalam situasi yang berbeza.

Memperkatakan isu keadilan dan tidak berat sebelah, kajian media sejak 1985 merumuskan isu 'keadilan' akhbar adalah di tahap yang negatif (menurun). Beberapa soalan yang menyentuh keadilan akhbar yang dibaca, kajian mendapati 84 peratus daripada rakyat Amerika mengatakan akhbar memberi liputan yang agak baik. Kajian berikutnya 1993, menunjukkan penurunan dimana, 68 peratus daripada rakyat Amerika mengatakan akhbar adil dan tidak memihak ke mana-mana (Fair and

impartial to all sides). Bagaimanapun kajian terbaru 1996, menunjukkan perbezaan jelas diantara pembaca dan akhbar yang dibaca: pembaca (publik) dan organisasi akhbar mempunyai pandangan yang berbeza tentang keadilan. 72 peratus daripada rakyat Amerika menganggap keadilan amat penting. Hanya 47 peratus mengatakan suratkhbar sebagai adil (fair) (*NAA and ASNE/Clark 1996.*)

Penemuan juga mengatakan publik amat mengambil berat ke atas akhbar apabila membuat liputan sebelah pihak (one-side of a story). Penemuan dalam kajilidik tahun 1985, mengenai isu yang berkaitan dengan politik dan sosial, mendapati 53 peratus daripada responden mengatakan akhbar ada kecenderungan untuk memihak ke satu pihak. Apabila dikemukakan soalan yang sama dalam kajilidik tahun 1997, jumlah yang mengatakan akhbar sememangnya berat sebelah melonjak menjadi 67 peratus. Dalam kajian terbaru ini juga, 57 peratus responden menganggap gejala 'condong ke satu pihak' (Bias) menjadi masalah utama akhbar. Cuma 34 peratus menganggap ianya masalah kecil (*Freedom Forum/Newseum, 1997.*)

Responden juga mempunyai tanggapan bahawa akhbar lebih condong kepada berita-berita negatif. Kajian 1985 menunjukkan 63 peratus daripada responden mengakui bahawa media berita meletakkan terlalu banyak tumpuan kepada perkara yang salah tetapi tidak cukup menyiarkan berita yang betul dan benar. Hanya 21peratus tidak setuju. Bagaimanapun kajian 1997 sekali lagi menunjukkan 91peratus rakyat Amerika meluahkan simpati bahawa "news is too negative" (*Freedom Forum/Newseum, 1997.*)

Mengenai unsur ‘ketepatan’ dan ‘keaslian’ berita, kajian menunjukkan responden mempunyai harapan yang amat tinggi. Sebanyak 72 peratus mengatakan berita yang ‘tepat’ sebagai sesuatu yang amat penting (Extremely important) bagi akhbar. Penemuan juga mendapati 56 peratus responden mengatakan akhbar mempunyai kualiti itu, manakala 44 peratus menganggap akhbar tidak menepati ciri-ciri ‘tepat’ (accuracy) (NAA and ASNE/Clark, 1996.)

Apabila publik memperkatakan tentang berita yang ‘tepat’ (accuracy), mereka tidak bermaksud sesebuah berita yang mereka setuju, tetapi mereka menganggap keperluan untuk mendapatkan informasi yang ‘benar’ untuk dibuat penilaian atau pilihan sendiri. Publik dikatakan lebih suka kepada berita-berita yang bersifat ‘mencadangkan’ (this is what we know) berbanding dengan berita yang dianggap ‘memaksa’ (this is the ultimate, single truth.). Publik lebih gemar kepada sifat terbuka dan jelas supaya mereka boleh membuat penilaian dan keputusan sendiri dari informasi yang diperolehi. Akhbar dikatakan lebih banyak menyampaikan berita-berita yang dianggap ‘stereotype’, menulis ungkapan atau kata-kata hikmat dan sering mengemukakan soalan yang sudah diketahui jawapannya. Akhbar sepatutnya mementingkan kebenaran dan ketulian cerita, bukannya berlumba-lumba untuk menjadi akhbar yang pertama menyiarkan sesebuah berita tanpa memastikan ketulian sumber beritanya. Penemuan juga mencadangkan bahawa akhbar seharusnya memberi lebih banyak ruang kepada masyarakat untuk bersuara. Ini dapat memberi kepelbagaian perspektif dalam penyaluran berita.

Penemuan juga merumuskan akhbar sebagai mempunyai ciri-ciri kepimpinan. Penemuan kajian menunjukkan, responden mahu akhbar mendedahkan berita dan informasi yang tidak berupaya dicungkil oleh publik tetapi, publik berhak membuat penilaian sendiri. Responden lebih cenderung memilih kepada berita-berita yang mereka boleh mengambil bahagian berbanding dengan sesuatu berita yang hanya memberi tahu 'sesuatu yang telah berlaku'. Akhbar juga perlu berperanan sebagai 'pengawal' (Play the role of watchdog). Publik mahu mengetahui berbagai tindakan dan pilihan apabila berkaitan dengan kemasyarakatan, dan liputan yang menggambarkan bagaimana seseorang pemimpin membuat keputusan.

Akhbar dikatakan tidak dapat lari dari amalan perniagaan (business practices). Namun, publik tidak mahu akhbar dan wartawan mengeneipkan nilai-nilai asas kewartawanan di atas faktor bagi 'melariskan penjualan akhbar.' Akhbar, khususnya wartawan harus mengambil jalan tengah agar tidak menyebelahi mana-mana pihak atau organisasi tertentu di atas faktor perniagaan.

Sebagai rumusannya, ternyata isu atau cabaran kredibiliti merupakan sesuatu yang amat penting dan mengatasi segala-galanya dalam penerbitan sesebuah akhbar. Kajian mencadangkan empat mesej kepada akhbar yang dapat menghubungkan cabaran kredibiliti.

Pertama, Akhbar sepatutnya menulis untuk masyarakat. Menulis yang penting kepada masyarakat, bukannya menulis di atas dasar apa yang mereka (akhbar) fikir

penting. Jangan biarkan masyarakat beranggapan wartawan hanya menulis untuk diri mereka sendiri.

Kedua, Akhbar perlu memberi konteks yang lebih mendalam. Memberi maksud yang lebih terperinci kerana masyarakat mahu mempelajari apa yang sebenarnya terjadi, bukan sekadar untuk memenuhi ruang akhbar dengan berita-berita seperti ‘Artis membeli kereta baru’ atau ‘Perdana Menteri pergi memancing’.

Ketiga, memberi perspektif – masyarakat mahu akhbar menyalurkan informasi yang secukupnya dari berbagai perspektif. Ini bagi membantu masyarakat membuat keputusan sendiri. Mereka tidak mahu akhbar yang seolah-olah menyuruh atau memberi tahu bagaimana membuat keputusan.

Dan yang keempat, publik mahu akhbar mengakui atau bertanggungjawab di atas kesalahan yang dilakukan. Akhbar tidak perlu menutup atau rasa bersalah apabila wartawan membuat kesalahan. Mereka harus mengakui dan mencari jalan memperbetulkan kesalahan dengan mengemukakan berita yang sebenarnya (asal) (ASNE, 1995).

## ***Teori berkaitan***

Gouldner (1976) cuba meyakinkan bahawa perhubungan antara media dengan publik adalah terlalu rapat dan saling berinteraksi. Mengikut model Konsistensi kesan sesuatu komunikasi sering bergantung kepada sejauh mana komunikasi itu mengancam keselarasan, kepercayaan dan sikap yang cuba dipelihara oleh seseorang.

Asal usul pendekatan ini bermula daripada psikologi kognitif aliran Kurt Lewin (1958). Manakala Heider (1946) merupakan orang yang pertama menulis tentang idea 'ketegangan ke arah keseimbangan kognitif' atau 'konsistensi dalaman'. Teori Festinger (1957) tentang 'disonan kognitif' juga memperkatakan tentang model A-B-X ciptaan Newcomb. Ia menjelaskan tentang 'ketegangan ke arah simetri' dalam perhubungan kognitif. Beliau menyatakan bahawa sekiranya dua orang, A dan B, mempunyai perasaan positif terhadap satu sama lain dan juga terhadap suatu objek, idea, atau seseorang-X- maka perhubungan itu dianggap simetrik (*Festinger, 1957.*)

Sekiranya A dan B tidak menyukai antara satu sama lain, manakala salah seorang daripada mereka menyukai objek X dan seorang yang lain tidak menyukainya, maka perhubungannya itu juga dikatakan simetrik. Tetapi sekiranya A dan B menyukai antara satu sama lain tetapi tidak sependapat tentang X, atau sekiranya mereka tidak menyukai antara satu sama lain tetapi bersependapat tentang X maka perhubungan itu tidak simetrik, dan akan terdapat satu ketegangan antara mereka dalam usaha



mencapai keseimbangan iaitu dengan mengubah sikap mereka terhadap satu sama lain atau terhadap X.

Ini merupakan asas kepada semua teori konsistensi. Festinger membentuk teori 'disonan kognitif' bagi menerangkan pelbagai fenomena seperti mengapa seseorang itu mencari maklumat sokongan yang lebih walau pun setelah mereka membuat keputusan daripada berbagai-bagai alternatif yang ada. Sebagai contoh, mengapa penyokong-penyokong Dato' Sri Anwar Ibrahim mencari maklumat atau pendapat yang baik tentangnya dan mengelakkan diri daripada membaca berita tentang Dr. Mahatir yang tidak disukai mereka.

Menurut Festinger ini kerana mereka berusaha untuk mengurangkan disonan yang mereka rasakan antara keputusan yang telah mereka ambil dengan keputusan yang mungkin mereka buat (*Festinger, 1968*). Disonan bertindak sebagai dorongan untuk menggerakkan perilaku sedemikian disamping mengurangkannya juga.

Osgood juga membentuk satu teori yang dipanggil teori 'kesesuaian' yang menunjukkan bahawa manusia cuba untuk menyeimbangkan sikap mereka terhadap komunikator mesej (akhbar) dengan sikap mereka terhadap mesej itu sendiri (*Osgood, & Friends, 1957*). Sebagai contoh, sekiranya kita mengkagumi Anwar Ibrahim dan mendengar ucapan beliau yang menyokong sesuatu kedudukan politik yang kita tidak persetujui, maka kita tidak selesa dengan keadaan tersebut dan selalunya kita mencuba untuk menjadikan kedua-dua sikap tersebut berkeadaan