

Tidak selari dengan jumlah edaran akhbar

Kaji selidik Nielsen meragukan

Oleh MOHD. AZRAIE MD. YUSOF

pengarang@utusan.com.my

■ KUALA LUMPUR 25 APRIL

KAJI selidik yang dijalankan The Nielsen Company (Malaysia) Sdn. Bhd. (Nielsen) mengenai data pembaca akhbar 2014 meragukan kerana tidak selari dengan jumlah edaran satu-satu akhbar.

Pensyarah Kanan Pusat Pengajian Komunikasi, Universiti Sains Malaysia (USM), **Prof. Madya Mohamad Md. Yusoff** berkata, firma kaji selidik itu tidak boleh bergantung kepada data pembaca sahaja sebaliknya perlu menyertakan sekali jumlah edaran bagi memberi gambaran sebenar akhbar yang menjadi pilihan rakyat di negara ini.

"Kita dapati dalam senarai yang dikeluarkan firma itu, akhbar-akhbar tertentu tidak berada pada kedudukan sebenar berdasarkan jumlah edarannya.

"Bagaimana akhbar yang kita tahu ia popular, berpengaruh dan diterima masyarakat boleh berada di kedudukan dengan jumlah pembaca yang rendah," katanya ketika dihubungi *Mingguan Malaysia* di sini, hari ini.

Beliau mengulas kaji selidik Nielsen baru-baru ini mengenai perbandingan data pembaca akhbar 2014.

Malah, Mohamad berkata, ka-



MOHAMAD MD. YUSOFF

jian itu serta beberapa kajian yang dilakukan sebelum ini dilihat mempunyai agenda tersembunyi untuk memastikan pengiklan melanggan di dalam akhbar-akhbar atau syarikat penyiaran tertentu yang berkepentingan sahaja.

"Saya tidak menolak kemungkinan ada gerak saraf daripada pihak-pihak tertentu bagi memberi persepsi tidak baik kepada sesebuah akhbar kerana kajian sebegitu memang boleh memberi kesan kepada sebuah agensi media," ujarinya.

Sementara itu, Pensyarah Jabatan Komunikasi, Fakulti Bahasa Moden dan Komunikasi, Universiti Putra Malaysia (UPM), **Syed Agil Syed Alsagoff** berkata, sudah



Saya tidak menolak kemungkinan ada gerak saraf daripada pihak-pihak tertentu bagi memberi persepsi tidak baik kepada sesebuah akhbar kerana kajian sebegitu memang boleh memberi kesan kepada sebuah agensi media."

MOHAMAD MD. YUSOFF
Pensyarah Kanan Pusat Pengajian Komunikasi

tiba masanya sebuah agensi penyelidikan tempatan ditubuhkan bagi menjalankan kajian menyeluruh khususnya dalam menentukan rating pembaca dan penonton saluran-saluran media di negara ini.

Beliau berkata, negara tidak boleh bergantung kepada Nielsen semata-mata kerana kredibilitinya sudah beberapa kali tercalar lebih-lagi firma itu masih terbabit dengan kes undang-undang dengan sebuah akhbar berbahasa Inggeris berkaitan soal unjuran bilangan pembaca.