

Peranan Media Massa Dalam Pilihan Raya Umum

Syed Arabi Idid



IIUM
PRESS

**Peranan Media Massa
Dalam
Pilihan Raya Umum**

Syed Arabi Idid



IIUM Press

Published by:
IIUM Press
International Islamic University Malaysia

First Edition, 2011

© IIUM Press

All rights reserved. No part of this publication may be reproduced, stored in a retrieval system, or transmitted, in any form or by any means, electronic, mechanical, photocopying, recording, or otherwise, without prior written permission of the publisher.

ISBN 978-967-0225-37-1

**Peranan Media Massa Dalam Pilihan Raya Umum /
Syed Arabi Idid**

Printed by :
IIUM PRINTING SDN. BHD.
No. 1, Jalan Industri Batu Caves 1/3
Taman Perindustrian Batu Caves
68100 Batu Caves
Selangor Darul Ehsan

Kandungan

Prakata	vii
Bab 1: Pengenalan	1
<i>Pendahuluan</i>	1
<i>Tujuan Kajian</i>	4
<i>Kaedah Kajian</i>	5
<i>Kewajaran Kajian</i>	6
<i>Skop Kajian</i>	6
<i>Kesimpulan</i>	7
Bab 2: Penentuan Agenda	9
<i>Pengenalan</i>	9
<i>Kaedah Kajian</i>	10
<i>Sejarah Kajian Komunikasi</i>	11
<i>Penentuan Agenda</i>	14
<i>Dua Jenis Model</i>	16
<i>Realiti Sebenar dan Realiti Media</i>	21
<i>Beberapa Penemuan</i>	21
<i>Masalah dalam Kajian Penentuan Agenda</i>	23
<i>Konsep Lakaran</i>	26
<i>Kajian Terkini</i>	30
<i>Kesimpulan</i>	31
Bab 3: Pilihan Raya Umum (1955-2008)	33
<i>Pengenalan</i>	33
<i>Pilihan Raya Persekutuan (1955)</i>	33
<i>Pilihan Raya Umum Pertama (1959)</i>	34
<i>Pilihan Raya Umum Kedua (1964)</i>	35
<i>Pilihan Raya Umum Ketiga (1969)</i>	36
<i>Pilihan Raya Umum Keempat (1974)</i>	38
<i>Pilihan Raya Umum Kelima (1978)</i>	40
<i>Pilihan Raya Umum Keenam (1982)</i>	40
<i>Pilihan Raya Umum Ketujuh (1986)</i>	41
<i>Pilihan Raya Umum Kelapan (1990)</i>	43
<i>Pilihan Raya Umum Kesembilan (1995)</i>	45
<i>Pilihan Raya Umum Kesepuluh (1999)</i>	46
<i>Pilihan Raya Umum Kesebelas (2004)</i>	49
<i>Pilihan Raya Umum Keduabelas (2008)</i>	55
<i>Pembentukan Pakatan Pembangkang</i>	60
<i>Undi Popular</i>	60
<i>Undi Popular Barisan Nasional</i>	61
<i>Undi Popular DAP</i>	61
<i>Undi Popular PAS</i>	62
<i>Undi Popular PKR</i>	62
<i>Komposisi Kaum Mengikut Kawasan</i>	62
<i>Kesimpulan</i>	65

Bab 4: Penggunaan Media Massa	67
<i>Pengenalan</i>	67
<i>Peranan Media Massa</i>	68
<i>Pertalian antara Media, Institusi Politik dan Publik</i>	69
<i>Media Massa di Malaysia</i>	70
A. <i>Televisyen</i>	70
B. <i>Akhbar</i>	71
C. <i>Radio</i>	74
<i>Kajian Kepenggunaan Media di Malaysia</i>	74
<i>Penggunaan Internet</i>	76
<i>Internet dan Politik di Malaysia</i>	79
<i>Kredibiliti Media Massa</i>	80
<i>Kesimpulan</i>	85
Bab 5: Kajian Tinjauan: Analisis Kandungan Akhbar	87
<i>Pengenalan</i>	87
<i>Kaedah Analisis Kandungan</i>	88
<i>Liputan Berita-Berita Akhbar</i>	90
<i>Liputan Iklan dalam Akhbar</i>	103
<i>Kajian Analisis Kandungan (1999, 2004 dan 2008)</i>	101
<i>Penemuan</i>	102
<i>Hala Tuju Liputan Berita</i>	103
<i>Penonjolan dan Hala Tuju Berdasarkan Skor Budd</i>	104
<i>Liputan Parti Politik dan Organisasi Lain</i>	105
<i>Pemimpin Sebagai Sumber Berita</i>	108
<i>Kesimpulan</i>	113
Bab 6: Kajian Tinjauan: Pendapat Pengundi	115
<i>Pengenalan</i>	115
<i>Masalah dan Cabaran Kajian</i>	117
<i>Sosiodemografi Responden</i>	118
<i>Kedaaan Hidup</i>	120
<i>Masalah Semasa</i>	123
<i>Pendapat Pengundi</i>	125
A. <i>Faktor yang Mempengaruhi Pengundi</i>	125
B. <i>Membuat Keputusan Pemilihan</i>	123
C. <i>Parti atau Calon</i>	127
<i>Kepimpinan Tun Abdullah Ahmad Badawi</i>	129
<i>Kesimpulan</i>	130
Bab 7: Penemuan Kajian Dan Perbincangan	133
<i>Pengenalan</i>	133
<i>Penemuan Sosiodemografi Rakyat</i>	133
<i>Penemuan Penggunaan Media Massa</i>	133
<i>Penemuan Liputan Berita</i>	134
<i>Penemuan Pendapat Pengundi</i>	135
<i>Penemuan Penentuan Agenda</i>	136

<i>Penemuan Agenda Media</i>	137
<i>Penemuan Agenda Publik</i>	139
<i>Hubungan antara Agenda Media dan Agenda Publik</i>	141
<i>Kesimpulan</i>	145
Bab 8: Rumusan Dan Perbincangan	147
<i>Perbincangan</i>	151
<i>Batasan Kajian</i>	152
<i>Kajian Akan Datang</i>	153
Rujukan	157
Lampiran	167
Indeks	173
<i>Penulis</i>	173
<i>Subjek</i>	175