

PERANAN MEDIA SEBAGAI PEMBENTUK SEMANGAT NASIONALISME DALAM KEMPEN PILIHAN RAYA UMUM (PRU) DI ERA SEBELUM MERDEKA HINGGA KINI

Noor Zafira Mohd Shafie

ma1511019t@student.ums.edu.my

Program Komunikasi
Fakulti Kemanusiaan, Seni dan Warisan
Universiti Malaysia Sabah

Syahrudin Hj. Awg Ahmad

syahag@ums.edu.my

Program Komunikasi
Fakulti Kemanusiaan, Seni dan Warisan
Universiti Malaysia Sabah

Kertas kerja ini mengemukakan perbincangan tentang peranan yang dimainkan oleh media tempatan khususnya media cetak dalam menerapkan semangat nasionalisme menerusi pelaporan berita ketika kempen Pilihan Raya Umum (PRU) yang dijalankan sebelum Malaysia mencapai kemerdekaan hingga kini. Tumpuan analisis kandungan ke atas laporan berita tersebut adalah bagi mengetahui kewujudan elemen-elemen semangat nasionalisme baik dalam bentuk slogan mahu pun manifesto parti-parti yang bertanding dalam semua edisi PRU yang berkenaan. Selain itu, isu-isu nasionalisme yang menjadi topik utama dalam laporan berita turut dikupas. Penghujahan terhadap isu nasionalisme dalam bahan berita ini secara prinsip dapat menjelaskan fungsi media sebagai pembawa semangat nasionalisme dalam kempen pilihanraya. Justeru, dapatan kajian menunjukkan bahawa media tempatan sememangnya memainkan peranan penting dalam membawa serta membentuk semangat nasionalisme dalam kalangan masyarakat. Kenyataan ini dapat dibuktikan menerusi pelaporan isu-isu yang berkisar soal kepentingan semangat cintakan negara, peranan tokoh dalam memperjuangkan kemerdekaan dan tanggungjawab rakyat dalam mempertahankan kedaulatan negara.

Kata Kunci: Peranan Media, Semangat Nasionalisme, Pilihan Raya Umum, Pelaporan Berita, Kempen Pilihan Raya

Pendahuluan

Para sarjana dan pemerhati politik sememangnya ingin mengetahui sejauh mana media mampu menerapkan semangat nasionalisme menerusi pelaporan berita ketika kempen Pilihan Raya Umum (PRU) ketika negara ini masih belum mencapai kemerdekaan hingga kini. Pilihan raya membuktikan bahawa Malaysia merupakan sebuah negara yang mementingkan prinsip demokrasi dan rakyat berperanan sebagai anggota masyarakat yang

penting dalam menjayakan demokrasi sekaligus menjadi masyarakat yang mempunyai nilai nasionalisme dan cinta akan negara.

Media merupakan satu aspek yang mampu membentuk semangat nasionalisme khususnya melalui pelaporan berita ketika kempen Pilihan Raya Umum (PRU). Bagi mengetahui dengan lebih jelas perihal berkaitan kempen dan perjalanan persiapan sesebuah parti dalam menghadapi pilihan raya adalah dengan merujuk kepada sumber media. Media massa menjadi satu medium yang memenuhi keperluan masyarakat bagi memperoleh informasi dan perkembangan media bukan sekadar sebagai penyedia maklumat kepada masyarakat, malahan media massa juga berperanan dalam mendidik institusi sosial dalam kehidupan seharian (Juwito dan Saifuddin Zuhri, 2009).

Peranan yang dimainkan oleh media tempatan dalam menerapkan semangat nasionalisme dapat dilihat melalui pelaporan berita, yang menjadi satu alat mengubah sesuatu keadaan dan memperbaiki situasi. Selain itu, peranan media tempatan dalam membangunkan hubungan diantara pemerintah dan masyarakat. Menurut Denis McQuail (1994), media termasuk akhbar memainkan lima peranan utama dalam masyarakat iaitu menyebarkan maklumat, memainkan peranan korelasi dengan memberi penjelasan kepada orang ramai tentang sesuatu isu penting, jentera penggerak sosial, hiburan dan juga memastikan nilai-nilai budaya hidup yang dipegang dikekalkan.

Penyataan yang dijelaskan oleh Abd. Latif Lai Abdullah dan Haryati Abd. Karim (2014: 107) adalah dapat menunjukkan bahawa media tanah air sememangnya berperanan dalam menerapkan semangat nasionalisme dalam kalangan masyarakat tempatan.

"Media-media di Malaysia bergerak mengikut aliran pemikiran fungsionalisme yang berpendapat media-media di Malaysia termasuk akhbar merupakan salah satu komponen penting dalam sistem sosial masyarakat. Jika akhbar tidak memainkan peranannya maka ia akan menyebabkan sistem sosial yang ada menjadi kucar-kacir."

Menurut Ghia Nodia (1994), semangat nasionalisme adalah satu semangat yang sangat mengutamakan sesuatu yang tidak bergantung kepada pilihan peribadi. Hal tersebut menjelaskan bahawa semangat nasionalisme atau dalam erti kata lain adalah semangat cinta akan negara merupakan suatu perkara yang wujud dalam diri individu yang terdiri daripada anggota masyarakat yang membentuk sebuah komuniti dan negara. Nasionalisme turut dijelaskan sebagai konsep kebangsaan yang memiliki hubungan di antara keperibadian warganegara dengan kesedaran diri terhadap etnik dan bangsa.

Larry Diamond dan Marc F. Plattner (1998) menjelaskan nasionalisme dengan satu perumpamaan iaitu sebagai sekeping duit syiling yang mempunyai dua sisi. Sisi pertama adalah politik dan sisi kedua adalah etnik. Hal tersebut adalah kerana aspek nasionalisme akan merangkulkan perkara yang berkaitan dengan politik dan etnik. Tambahan lagi, idea dalam konsep kenegaraan dan kebangsaan adalah idea politik dan unsur nasionalisme tidak akan wujud tanpa idea politik. Oleh itu, kajian ini dijalankan bagi melihat bagaimana media sebagai agenda politik yang memberikan maklumat melalui kempen pilihan raya kepada masyarakat dan bagaimana media memainkan peranan sebagai pembentuk agenda kepada idea politik.

Kajian yang telah dijalankan oleh Syed Arabi Idid (2011) ternyata memberi hala tuju kepada banyak pengkaji khususnya pengkaji dalam bidang komunikasi politik, selain daripada sejarahwan negara. Hal yang demikian adalah kerana, kajian beliau yang memfokuskan kepada peranan media massa dalam PRU telah membuktikan bahawa media sememangnya mempunyai peranan yang signifikan dalam membentuk pemikiran masyarakat dan menerapkan nilai nasionalisme menerusi pelaporan berita ketika kempen PRU. Kajian tersebut juga telah membincangkan tentang kepercayaan orang ramai terhadap media massa dan saluran peribadi yang dianggap penting dalam penyampaian maklumat

politik. Persoalan yang telah dibangkitkan dalam kajian tersebut juga adalah tentang kredibiliti media dalam menyampaikan sesuatu maklumat.

Persoalannya adakah perkara tersebut dapat dilihat dengan jelas dalam pelaporan berita yang dibuat oleh media khususnya sepanjang tempoh masa kempen pilihan raya sebelum merdeka hingga sekarang? Adakah media tempatan memainkan peranan penting dan rasional sebagai pembentuk semangat nasionalisme menerusi pelaporan berita ketika kempen pilihan raya tersebut?

Perjalanan Pilihan Raya di Malaysia

Amalan demokrasi berparlimen merupakan satu sistem pemerintahan yang diamalkan oleh Malaysia dan melalui amalan demokrasi berparlimen, rakyat secara bebas mempunyai hak dan kuasa dalam memilih pemerintah (sistem kerajaan) melalui sistem pilihan raya (Jamaie Hj Hamil et.al 2014). Di Malaysia, Pilihan Raya Umum Persekutuan Tanah Melayu merupakan pilihan raya yang pertama kali berlangsung di tanah air pada 27 Julai 1955. Kemudian Pilihan Raya Umum 1959 yang dikenali sebagai PRU1 berlangsung selepas negara mencapai kemerdekaan. Hal tersebut telah menjadi titik permulaan kepada kerajaan Tanah Melayu dalam menjalankan pemerintahan dan sistem pentadbiran di bawah kepimpinan anak tempatan. Hal ini turut menjadikan Tanah Melayu sebagai sebuah negara yang mempunyai identiti pemerintahan yang secara sendiri mampu berdiri tegak.

Pemerintahan dan sistem pentadbiran pada ketika itu bermula dengan beberapa parti yang terdiri daripada wakil etnik utama yang ada iaitu dengan gabungan Parti Perikatan yang terdiri daripada gabungan parti UMNO, MCA, dan MIC. Namun pada tahun 1969, iaitu PRU3 telah berlaku suatu peristiwa hitam yang telah memecah-belahkan kesejahteraan masyarakat pelbagai kaum di Malaysia. Perjalanan PRU4 iaitu pada tahun 1974 telah menjadi semakin baik dan politik negara semakin kukuh. Hal tersebut adalah kerana telah tertubuhnya parti BN yang juga disertai PAS pada ketika itu, selain daripada Gerakan parti-parti oposisi di Borneo (Sabah & Sarawak). PAS kemudiannya telah dikeluarkan pada PRU5 (1979) dari BN dan hal berkenaan telah menyebabkan berlakunya pasang surut dalam perjalanan politik tanah air dan prestasi parti-parti politik juga sentiasa dinamik.

Penggunaan Media Massa Semasa Kempen Pilihan Raya Umum

Masyarakat sememangnya menggunakan media sebagai sumber perolehan maklumat. Media massa mempunyai pengaruh yang sangat kuat dalam membentuk pemikiran masyarakat dan dalam tempoh kempen Pilihan Raya Umum (PRU), peranan media lebih dilihat membawa kesan melalui laporan berita, liputan, dan isu yang timbul sepanjang tempoh masa tersebut (Syed Arabi Idid, 2011). Berdasarkan kajian-kajian lepas yang telah dijalankan oleh kebanyakan sarjana komunikasi politik khususnya, media cetak terutamanya akhbar-akhbar arus perdana adalah medium perantaraan yang diyakini oleh masyarakat bagi mendapatkan maklumat tentang PRU. Namun, pada awal tahun 2000, tahap kepercayaan masyarakat juga turut cenderung kepada Internet dan berlaku peningkatan terhadap penggunaan media baru tersebut.

Nasionalisme dan Demokrasi Media Bagi Pelaporan Berita Pilihan Raya

Perlaksanaan pilihan raya adalah melibatkan pelbagai pihak seperti Suruhanjaya Pilihan Raya, parti politik, pihak berkuasa dan wartawan. Wartawan menyampaikan maklumat berkaitan pilihan raya melalui media cetak atau media elektronik. Liputan berita yang dibuat sepanjang pilihan raya merupakan salah satu cabaran kerana liputan berita perlulah sesuai dan tidak menyalahi etika kewartawanan dan kredibiliti wartawan dalam melaporkan berita. Kredibiliti berita yang dilaporkan oleh wartawan adalah melibatkan hubungan wartawan dengan sumber berita dan penyunting berita (Syed Arabi Idid, 1994).

Perkembangan politik di Malaysia sejak zaman sebelum mencapai kemerdekaan

adalah sangat berkait rapat dengan sejarah perkembangan akhbar dalam negara. Aspek sosio-ekonomi adalah antara aspek yang turut terlibat dalam berita yang berkepentingan politik (Noor Zafira, 2014). Sejak awal abad ke-19, akhbar telah dikenalpasti mula bertapak di Tanah Melayu dan ia dikatakan datang dari tradisi orang Barat dan dibawa oleh pedagang pada ketika itu yang datang ke Tanah Melayu. Rentetan kemasukan pedagang asing ini telah membawa akhbar dan menyebabkan bermulanya penerbitan akhbar dengan tujuan awal sebagai alat pengiklanan perniagaan kepada penduduk tempatan.

Akhbar terawal yang telah diterbitkan di Tanah Melayu ialah *Prince of Wales Island Gazette* iaitu pada tahun 1806 yang mana telah menggunakan bahasa Inggeris sebagai bahasa pengantar dan diterbitkan di Pulau Pinang. Pada tahun 1824 pula, *Singapore Chroniles* telah diterbitkan dan diikuti dengan *Singapore Free Press* pada tahun berikutnya. Pada tahun 1883, akhbar *Penang Gazette* telah diterbitkan. Akhbar pertama yang telah diterbitkan dalam bahasa Mandarin adalah *Lat Pau* iaitu pada tahun 1881 manakala akhbar pertama yang diterbitkan dalam bahasa Melayu pula adalah *Jawi Peranakan* iaitu pada tahun 1876. Akhbar *Jawi Peranakan* telah diterbitkan di Singapura pada setiap hari Isnin oleh Munsyi Abdullah bin Dada Mohyiddin yang berketurunan Darah Kacukan Keling (DKK). Selain itu, akhbar *Sekolah Melayu* pula mula diterbitkan pada tahun 1888 oleh Mohd Ali dan harga senaskah akhbar tersebut adalah dijual dengan nilai 25 sen duit negeri Selat.

Kajian media yang meneliti kandungan media dan politik merupakan satu bidang dalam kajian komunikasi. Denton dan Woodward (1990) mendefinisikan komunikasi politik sebagai perbincangan tentang peruntukan sumber awam (pendapatan), pihak berkuasa (yang memiliki kuasa membuat keputusan perundangan, undang-undang dan eksekutif), dan sekatan rasmi (apa yang dinyatakan oleh negeri atau hukuman). Mc Nair (2011) menjelaskan bahawa media merupakan satu elemen penting dalam komunikasi politik.

Komunikasi politik berlaku dalam agensi media apabila media memainkan peranan sebagai pelapor, pengulas, dan pemberi maklumat tentang isu politik dan turut melibatkan jaringan laman sesawang seperti media sosial. Sistem politik dilakukan oleh wartawan, penerbit dan penulis blog dengan mempamerkan fungsi media sebagai pemindah komunikasi politik yang asalnya datang dari luar organisasi media. Penglibatan pelbagai pihak dalam proses perjalanan pilihan raya adalah suatu perkara yang melibatkan kelancaran proses sejak hari penamaan calon, kempen pilihan raya, serta paling utama pada hari proses pengundian berlangsung. Pihak yang terlibat bertanggungjawab untuk menyelia dan memastikan proses perjalanan pilihan raya bergerak secara lancar dan tiada sebarang masalah yang menghalang kelancaran proses pilihan raya tersebut.

Ahli politik menggunakan media bagi menyampaikan mesej mereka kepada audien yang memerlukannya. Hal tersebut kerana media yang melaporkan berita politik berfungsi sebagai penyampai kepada masyarakat umum dan berpotensi untuk berlakunya komunikasi yang efektif. Beliau turut menegaskan bahawa ahli politik, iaitu pelaksana komunikasi politik mesti berhubungan dengan media bagi memastikan matlamat mereka disampaikan kepada umum. Organisasi media yang menerbitkan berita politik menjalankan liputan berita dan hal tersebut membawa kepada berlakunya proses penapisan berita (*gatekeeping*) dan penentuan agenda. Hal ini membuktikan bahawa media sangat penting dalam proses politik secara langsung. Editorial berfungsi sebagai penyebar maklumat politik, khususnya yang melibatkan parti pemerintah atau kerajaan (Smith, 2001). Menurut Ismail Sualman (2005), akhbar yang berkecenderungan arus perdana khususnya memainkan peranan sebagai komunikator rasmi yang berfungsi sebagai rekod awam kerajaan tempatan. Isu yang berkaitan kemanusiaan dan dianggap boleh menyelesaikan masalah masyarakat umum merupakan aspek yang menjadi tarikan bagi wartawan untuk menulis berita.

Berita yang disiarkan yang mempunyai kepentingan politik mungkin boleh membawa ideologi dan buah fikiran baru untuk pertumbuhan masyarakat. Hal tersebut kerana, media memegang peranan sebagai penyiar berita politik yang merentasi sempadan bagi isu dalam dan luar negara. Penyiaran berita mengenai pelbagai isu turut berlaku dan mempunyai

kepentingan untuk masyarakat yang menggunakan media sebagai sumber perolehan maklumat.

Sistem media berperanan menyampaikan bekalan maklumat yang bermakna kepada masyarakat dan berpotensi untuk menarik perhatian umum sekiranya isu yang dipaparkan mengena kepada situasi (James Curran, Shanto Iyengar, Anker Brink Lund dan Inka Salovaara Moring, 2011). Media hakikatnya melakukan pelbagai jenis tugas meliputi kewartawanan dan memberi sumbangan yang berbeza bagi fungsi demokrasi. Hal tersebut kerana media mempunyai tanggungjawab tertentu yang telah ditetapkan seperti menyediakan berita, memberi taklimat tentang sesuatu isu dan menjadi 'penggera' yang berfungsi sekiranya berlaku krisis atau masalah yang memerlukan perhatian segera daripada masyarakat (James Curran, 2011). Komitmen media dalam perihal politik dapat dinilai corak demokrasinya melalui kecenderungan dan penyokongan pihak media kepada parti politik yang pada masa sama menjadi penyambung hubungan di antara parti politik dengan masyarakat.

Demokrasi media menekankan keperluan sistem media untuk memberikan ruang bersuara kepada pihak yang terpinggir, dikecualikan dan diketepikan. Pendekatan ini biasa dilakukan oleh media alternatif yang mana menyediakan ruang kepada parti pembangkang. Peranan sosial dan politik yang dimainkan oleh media telah dikonsepsikan melalui pembaharuan sosial (medium penyampaian maklumat yang lebih luas), dan forum pergerakan maklumat seperti media sosial.

Media menetapkan agenda dalam kempen politik dan memberi pengaruh penonjolan atribut terhadap isu politik. Dalam konteks penentuan agenda, proses golongan ahli media dan politik terlibat dalam membina dan mendefinisikan isu dan perkara kepada audien dan menimbulkan persoalan bagi sesetengah isu tertentu dipilih dan sesetengah isu yang lain diketepikan (Shen, 2004). Claes H. de Vreese (2005) menyokong penelitian McCombs dengan menyatakan bahawa sumber komunikasi adalah asas daripada keperluan untuk memperolehi maklumat. Beliau juga mengatakan bahawa penentuan agenda adalah memfokuskan kepada isu yang memberi unsur konflik dan kesan. Beliau turut menyatakan bahawa idea yang dibentuk oleh media adalah dipaparkan dari sudut bingkai dan penonjolan yang tertentu.

Hal tersebut adalah bertujuan bagi menjelaskan makna dalam komunikasi yang disampaikan kepada masyarakat. Kupasan kajian membawa kepada penjelasan berkaitan kepentingan pengukuran penonjolan berita. Menurut pengkaji, sesebuah berita boleh dianalisis sudut penonjolannya melalui tajuk berita, gambar, rajah tambahan, pernyataan dan perenggan berita. Isu yang dipertontonkan oleh wartawan dalam penulisan berita turut melibatkan cara mempersembahkan struktur kandungan melalui rajah contoh (*template*) yang diketahui sebagai info grafik. Penggunaan kata kunci tertentu yang menggambarkan tema berita, frasa ayat, imej stereotaip, sumber berita dan ayat yang digunapakai dalam penyampaian berita menjadi sudut sesuatu berita itu dikaji.

Pemilihan dan kawalan pemerintah dalam media cetak khususnya adalah bertujuan untuk kepentingan politik. Kajian serupa turut dijalankan oleh sarjana media barat iaitu Sharon Meraz (2009) dan mendapati bahawa populariti sesebuah media, terutamanya media cetak arus perdana adalah bukti bahawa kemunculan dominan pihak pemerintah dalam pelbagai sudut. Selain itu, hal tersebut memberi kesan kepada masyarakat dengan menghubungkan suara golongan atasan kepada golongan yang diperintah. Kajian tersebut meneliti kepada media tradisional dan media baru. Agenda media telah dikenalpasti sebagai faktor yang mampu mempengaruhi struktur sosial masyarakat melalui norma kewartawanan yang diamalkan oleh agensi berita.

Inri Inggit (2009) dalam kajian serupa yang memfokuskan kepentingan media cetak dalam kehidupan masyarakat masa kini telah menjelaskan bahawa akhbar merupakan medium yang muncul sebagai maklumat tentang sesuatu yang dapat membantu manusia untuk mengetahui atau menilai sesuatu perkara dan isu. Kajian beliau mendapati bahawa

media cetak tertua itu adalah media cetak yang paling diyakini dan dipercayai kredibiliti berbanding media cetak yang lain. Menurut S. Arifianto, (2013), nasionalisme yang ditonjolkan oleh media adalah dengan cara menyediakan teks media yang mampu memberi gambaran kepada wakil kerajaan yang berucap dan memberi kefahaman tentang konsep nasionalisme itu sendiri.

Liputan Berita dan Penentuan Agenda

Merujuk kepada dapatan kajian yang telah dijalankan oleh Syed Arabi Idid (2011), didapati bahawa akhbar tempatan memberi liputan berita khas terhadap pemimpin dan juga parti politik yang bertanding. Skop kajian dikecilkan dengan melihat kepada kajian PRU11 (2004) dan PRU12 (2008). Didapati, sepanjang tempoh kempen pilihan raya dijalankan oleh semua parti yang bertanding, sebanyak 300 iklan PRU11 dan 239 iklan PRU12 ditemui dalam akhbar-akhbar tempatan.

Kajian analisis kandungan media yang dijalankan adalah bertujuan untuk memperoleh data tentang isu yang dilaporkan oleh akhbar-akhbar tempatan khususnya isu nasionalisme yang dibangkitkan oleh media sepanjang tempoh kempen PRU. Kajian mengemukakan beberapa isu secara deskriptif yang telah menjadi isu utama sepanjang tempoh kempen PRU.

Antara jenis berita yang telah dikenalpasti dipaparkan oleh media secara berulang kali sepanjang tempoh PRU adalah:

1. Berita politik: Berita politik adalah berita yang merujuk kepada liputan tentang calon yang bertanding, manifesto parti yang bertanding, kempen pilihan raya di jalankan oleh jentera parti, dan polisi kerajaan.
2. Berita sosial: Berita sosial merujuk kepada liputan berita yang mengetengahkan soal kebajikan masyarakat, kesihatan, bencana alam, kesalahan jenayah dan sivil.
3. Berita ekonomi-politik: Berita ekonomi merujuk kepada liputan berita tentang ekonomi, kewangan dan isi berkaitan dengan politik.

Pecahan Kategori Isu

Liputan berita yang dibuat oleh media massa sepanjang tempoh kempen pilihan raya adalah secara amnya adalah memfokuskan kepada manifesto dan ketokohan calon yang bertanding bagi parti-parti tertentu. Dua isi utama yang dikenalpasti adalah cara berkempen dan pembangunan. Dalam isu pembangunan, peranan media sebagai pembawa dan pembentuk semangat nasionalisme dalam kempen pilihan raya telah dikenalpasti. Antara pecahan isu yang berada di bawah skop pembangunan adalah polisi pembangunan, kemajuan dan perpaduan, keselamatan negara, pembangunan kebajikan rakyat dan kepimpinan.

Polisi pembangunan, kemajuan dan perpaduan adalah isu yang paling menyifatkan media sebagai pembawa dan pembentuk semangat nasionalisme dalam kempen pilihan raya. Hal tersebut adalah kerana dalam pelaporan berita yang bertemakan kemajuan dan perpaduan, pemberita lebih menekankan kepada bingkai sosial dan masyarakat. Dalam bingkai sosial dan masyarakat, agenda media yang diketengahkan oleh media itu sendiri adalah bagi menyampaikan kepentingan isu tersebut kepada audien. Seterusnya, isu yang turut menyifatkan media sebagai pembawa dan pembentuk semangat nasionalisme dalam kempen pilihan raya adalah isu pembangunan kebajikan rakyat dan kepimpinan. Hal ini jelas dapat dilihat melalui pelaporan berita pilihan raya khususnya ketika PRU7 iaitu pada tahun 1986 yang mana media pada ketika itu menekankan kepada pelaporan berita yang berasaskan kepada agenda bagi membangkitkan semangat cinta akan negara.

Setelah 29 tahun mencapai kemerdekaan, UMNO yang meneraju Kerajaan Barisan Nasional membawa kemajuan melalui aspek rancangan pembangunan seperti pembukaan rancangan-rancangan tanah, konsep "bandarasi", konsep Berdikari, konsep Jayadiri dan

Skrim Rukun Tetangga. Kesemua strategi yang dirancang oleh kerajaan pada ketika itu dijadikan sebagai isu yang diketengahkan oleh media sepanjang tempoh kempen pilihan raya. Hal tersebut adalah bertujuan bagi membangkitkan semangat nasionalisme dalam kalangan para penduduk sekaligus membawa kepada kesedaran akan tindakan kerajaan dalam membangun dan memperjuangkan kebajikan masyarakat.

Pada PRU yang sama juga, isu yang dipaparkan secara berulang adalah turut menekankan kepada kesedaran nasionalisme dari segi betapa pentingnya bagi masyarakat tahu akan kepentingan pendidikan bagi generasi baru. Media pada ketika tempoh kempen PRU7 (1986) juga menengahkan isu kepentingan pembudayaan pendidikan dalam kalangan generasi baru (Musa Hitam, 1986). Hal ini turut dilaporkan seiring dengan melahirkan kesedaran bahawa kemerdekaan yang diperolehi pada ketika itu akan hilang sekiranya masyarakat terus lalai dan tidak mempunyai kesedaran bagi menyekalkannya. Isu kepelbagaian sumber yang dimiliki oleh negara kita dijadikan sebagai bahan berita yang mana cara pelaporan adalah dengan merujuk kepada bingkai tanggjawab politik.

Pelaporan berita dibuat dengan menekankan aspek kekayaan tanah air perlu dipelopori dan diurus takbir dengan cara pentadbiran yang cekap oleh pelapis generasi pimpinan negara. Hal ini secara tidak langsung, menonjolkan media sebagai pembentuk dan pembangkit semangat nasionalisme dalam kalangan masyarakat.

Kajian analisis kandungan terhadap dua akhbar utama di Utara Borneo pula, iaitu *Utusan Borneo* dan *Daily Express* tentang liputan PRU13 telah mendapati bahawa isu yang ditonjolkan oleh media yang menerapkan nilai nasionalisme adalah tentang integriti dalam perjalanan pilihan raya. Dalam pelaporan berita yang melibatkan penerapan agenda media kepada masyarakat yang bertujuan bagi menjelaskan tentang integriti dalam perjalanan pilihan raya adalah melibatkan skop penjelasan penggunaan dakwat kekal, isu pengundi hantu dan isu sistem pilihan raya. Media yang melaporkan berita berkenaan menjelaskan bahawa pihak yang terlibat dalam proses pilihan raya, iaitu Suruhan Jaya Pilihan Raya (SPR), wartawan, parti-parti bertanding dan petugas kerajaan seperti Polis DiRaja Malaysia (PDRM) dan masyarakat wajar mempunyai nilai moral yang tinggi bagi memastikan perjalanan pilihan raya adalah teratur disamping mengekalkan keamanan. Hal ini membuktikan bahawa media memainkan peranan sebagai pembawa dan pembentuk semangat nasionalisme dalam kalangan masyarakat secara berterusan melalui kempen pilihan raya.

Perbincangan

Hasil penemuan di atas, beberapa kesimpulan dapat dibuat bagi mengukuhkan bahawa media sememangnya membawa dan membentuk semangat nasionalisme menerusi pelaporan berita ketika kempen PRU. Pertama, media semangnya memainkan peranan sebagai pemberi dan penyebar maklumat daripada pihak pemerintah kepada masyarakat. Hal ini dikukuhkan dengan penemuan dalam corak pemberitaan yang dipaparkan oleh media. Atas sebab memegang peranan sebagai penyebar maklumat, media cenderung membuat pelaporan berita yang memberi maklumat tentang pilihan raya khususnya.

Selain itu, berita-berita yang dipaparkan sepanjang tempoh kempen PRU adalah berita yang mempunyai isu yang berkepentingan kepada pemerintah dan masyarakat. Buktinya, ruang yang lebih banyak diperuntukkan untuk berita yang mempunyai kecenderungan kepada manifesto parti yang bertanding dan calon yang bertanding ketika PRU. Hal ini menyelitkan isu semasa yang membabitkan isu kebajikan rakyat dan pembangunan kawasan yang terlibat dalam PRU.

Kesimpulan bagi persoalan sejauh mana media memainkan peranan sebagai pembawa dan pembentuk semangat nasionalisme menerusi pelaporan berita ketika kempen PRU dapat diketahui dengan jelas apabila akhbar khususnya memberi fokus yang jelas dengan melaksanakan fungsinya dalam membangkitkan semangat cinta akan negara. Isu

seperti pembangunan masyarakat dari segi pendidikan misalnya membawa kesedaran kepada masyarakat bahawa generasi muda perlu menguasai pelbagai bidang bagi menjamin corak pemerintahan negara pada masa akan datang mampu menjamin kelangsungan Malaysia sebagai sebuah negara yang mengamalkan konsep pemerintahan secara demokrasi dan harmoni dalam pelbagai etnik yang hidup di bawah satu rumpun.

Perbincangan tentang isu nasionalisme dan semangat cinta akan negara yang dibawa oleh media dalam pelaporan berita PRU adalah satu cara media memainkan peranan dalam membawa masyarakat memahami dan mengetahui sesuatu situasi secara terkawal. Media masih memegang etika dan tertakluk kepada akta serta perundangan dalam bidang komunikasi dan penyiaran. Media masih memegang kepada prinsip sebagai penyebarkan maklumat dan dalam masa yang sama sebagai pengekal keamanan negara.

Akhbar khususnya menjadi satu medium penyampai yang paling berpengaruh bagi membentuk pemikiran masyarakat. Merujuk kepada sejarah perkembangan akhbar di Tanah Melayu sejak zaman sebelum kemerdekaan, dapat dikatakan bahawa akhbar sememangnya menjadi alat propaganda kepada kerajaan dan pihak pemerintah dalam menyampaikan dan membentuk pemikiran masyarakat. Kemahiran pihak akhbar itu sendiri dalam menyesuaikan isi kandungan isu yang dipaparkan dalam pelaporan berita ketika kempen PRU mampu membawa dan membentuk semangat nasionalisme serta cinta akan negara apabila isu yang ditonjolkan sebagai agenda media diterima oleh masyarakat sebagai suatu isu yang berkepentingan.

Kesimpulan

Penelitian terhadap peranan media sebagai pembawa dan pembentuk semangat nasionalisme melalui pelaporan berita ketika kempen PRU ini adalah satu penelitian yang melihat sejarah akhbar itu sendiri di Tanah Melayu, sejarah awal proses PRU, serta peranan media secara asasnya sebagai penentu agenda kepada masyarakat.

Kajian yang pada awalnya dijalankan dengan menumpukan kepada analisis pelaporan berita PRU yang menekankan isu nasionalisme dan semangat cinta akan negara ini telah melihat bahawa sememangnya wujud elemen nasionalisme dalam isu yang ditonjolkan oleh media khususnya media cetak, akhbar. Isu yang diketengahkan oleh berita itu sendiri menggambarkan bahawa media semangnya membawa peranan sebagai pembentuk semangat nasionalisme dan cinta akan negara melalui kempen PRU.

Namun begitu, adalah ditekankan disini bahawa, kajian ini hanya meneliti beberapa dapatan kajian liputan berita PRU sahaja. Oleh itu, penulis sangat berharap supaya perbincangan yang dikemukakan dalam kertas ini tidak digeneralisasikan sebagai lanjutan kepada analisis berita yang lebih komprehensif.

Rujukan

- Abd. Latif Lai Abdullah & Haryati Abd. Karim. (2014). Sepuluh Tahun Sabah dalam Malaysia: Satu Analisis Akhbar Tempatan. *Jurnal Komunikasi Borneo*. 1 (107-120).
- Claes H. De Veese. (2005). News Framing: Theory and Typology. *Information Design Journal and Document Design*. 13(1) 27-40.
- Curran J. (2011). *Media and Democracy*. London: Routled Taylor & Francis Group.
- Curran J., Iyengar S., Brink Lund A. dan Moring I.S. (2011). *Media system, public knowledge and democracy: a comparative study*. London. Routled Taylor & Francis Group.
- Denton R.E & Woodland G.C. (1990). *Political Communication in America*. New York: Praeger.

- Diamond L. & Plattner Marc F. (1998). *Nasionalisme, konflik etnik, dan demokrasi*. Bandung: Penerbit ITB.
- Ghia Nodia. (1994). *National Identity as an Issue of Knowledge and Morality*. Washington: The Council for Research in Values and Philosophy.
- Inri Inggrit. (2009). Ambiguitas media dalam masyarakat: Pertarungan antara as it is & as ought to be. *Jurnal Ilmiah SCRIPTURA*. 3(1) 37-47.
- Ismail Sualman. (2005). Pilihan raya dan akhbar: Kajian analisis kandungan terhadap calon pilihan raya. *Kertas kerja di Seminar Media dan Pembangunan*. Kerajaan negeri Pulau Pinang. 11 Disember 2005. Pulau Pinang.
- Jamaie Hj Hamil, Faris Afiq Ikhwan Saifullah, Muhammad Suhaimi, Abdul Rahman, Mahfudzah Mustafa, Russli Kamaruddin & Muhamad @ Nazri Mohamed Noor. (2014). Ikhtisar analisis Pilihan Raya Umum 1978 hingga 2013 di Malaysia. *Malaysian Journal of Society and Space*. 10 (39-53).
- Juwito & Saifuddin Zuhri. (2009). Berita Utama di Surat Kabar: Studi Analisis Isi Tentang Tema-Tema Berita Utama di Harian Jawa Pos dan Harian Republika Periode Mei 2008-Oktober 2008. *Jurnal Ilmu Komunikasi*. 1(1) (54-63).
- McNair B. (2000). *Journalism and democracy*. In: Wahl-Jogersen K and Hanitzsch T (Ed.). *The Handbook of Journalism Studies*. London: Routledge.
- McQuail D. (1994). *Mass Communication Theory: An Introduction (3rd Ed)*. London: SAGE Publication.
- Musa Hitam. (1986). *Nasionalisme: Krisis dan Kematangan*. Petaling Jaya, Selangor: Pelanduk Publication.
- Noor Zafira Mohd Shafie. (2014). *Analisis Kandungan Liputan Akhbar Bagi Pilihan Raya Umum ke-13 (PRU13): Kajian Kes Akhbar Utusan Borneo dan Daily Express*. Tesis Sarjana Muda. Program Komunikasi. Sekolah Sains Sosial. Universiti Malaysia Sabah.
- Sharon M. (2009). Is There an Elite Hold? Traditional Media to Social Media Agenda Setting Influence in Blog Networks. *Journal of Computer- Mediated Communication*. 14 682-707.
- Shen F. (2004). Effects of news frames and schemas on individual's issue interpretations and attitudes. *Journalism and Mass Communication Quarterly*. 81(2) 400-416.
- Smith J, Mc Carthy, McPhail C & Augustyn B. (2001). From protest to agenda building: Description bias in media coverage of protest events in Washington. D.C. *Social Forced*. 79(4) 1397-1423.
- Syed Arabi Idid. (1994). *Penentuan Agenda: Peranan Media Massa dalam Pilihanraya Umum*. Kuala Lumpur: Penerbit Dewan Bahasa dan Pustaka.
- Syed Arabi Idid. (2011). *Peranan Media Massa Dalam Pilihan Raya Umum*. International Islamic University Malaysia: IIUM Press.
- S. Arifianto. (2013). Makna "Nasionalisme Negara-Negara Bangsa" Melalui Teks Media. *Jurnal Studi Komunikasi dan Media*. 17(1) (93-102).