

Keperluan dan Penerimaan Remaja Terhadap Akhbar

Akmar Hayati Ahmad Ghazali^{a*}, Siti Zobidah Omar^a, Jusang Bolong^a, Mohd Nizam Osman^a

^aJabatan Komunikasi, Fakulti Bahasa Moden dan Komunikasi, Laboratori Generasi Siber, Institut Sains Sosial, Universiti Putra Malaysia, 43000 UPM, Serdang, Selangor

*Corresponding author: akmar_73@yahoo.com.my

Article history

Received: 8 July 2011
Received in revised form: 21 March 2012
Accepted: 30 March 2012

Abstract

Reading the various types of information in the newspaper helps to shape and construct the teenagers' minds. Although the newspaper has a variety of contents, it has not attracted the teenagers to accept it as one of the forms of their reading materials. With this in mind, the objectives of this study are to identify the types of news which are chosen by teenagers; and to investigate the need factors; which are associated with the teenagers' acceptance to the newspaper. This study used the quantitative approach, with 387 respondents aged between 16 and 17 years old from national secondary schools Federal Territory Kuala Lumpur. The data of the study was analysed statistically by using Statistical Package for Social Science (SPSS) version 15.0. The two types of statistics used were descriptive statistics and inferential statistics. Descriptive statistics was used to identify percentage values, mean, average, and standard deviation. Inferential statistics was used to explain relationships between the variables studied. The results of the study found that the types of news, which are of the interest of the teenagers is the entertainment news. The result of the Pearson's Correlation test shows that there is a positive and significant relationship between needs and acceptance. With reference to the results of the study, it is suggested that the teenagers' need factors have to be maintained in each newspaper content. Hence, it is suggested to the newspaper institution to publish more of educational and informative materials in order to upgrade the teenagers' understanding of a particular news.

Keywords: Newspapers; needs; teenagers; news; teenagers' acceptance towards newspaper

Abstrak

Membaca pelbagai jenis maklumat di dalam akhbar membantu untuk membentuk dan membina minda remaja. Walaupun akhbar mempunyai pelbagai kandungan, ia semakin kurang menarik minat remaja untuk menerimanya sebagai salah satu bentuk bahan bacaan mereka. Dengan itu, objektif kajian ini adalah mengenal pasti jenis-jenis berita yang menjadi pilihan remaja; dan untuk mengetahui hubungan antara faktor keperluan dengan penerimaan akhbar oleh remaja. Kajian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan 387 responden yang berumur antara 16 tahun hingga 17 tahun dari sekolah menengah kebangsaan Wilayah Persekutuan Kuala Lumpur. Data kajian telah dianalisis dengan menggunakan *Statistical Package for Social Science* (SPSS) versi 15.0. Kedua-dua jenis statistik yang digunakan ialah statistik deskriptif dan statistik inferensi. Statistik deskriptif telah digunakan untuk mengenal pasti nilai-nilai peratusan, min, purata, dan sisihan piawai. Statistik inferensi telah digunakan untuk menerangkan hubungan antara pemboleh ubah yang dikaji. Hasil kajian mendapati bahawa jenis berita yang menjadi pilihan remaja adalah berita hiburan. Hasil ujian Korelasi *Pearson* menunjukkan bahawa terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara keperluan dan penerimaan. Dengan merujuk kepada hasil kajian, dicadangkan faktor-faktor keperluan remaja perlu dikekalkan dalam setiap kandungan akhbar. Oleh itu, institusi akhbar dicadangkan menerbitkan lebih banyak bahan-bahan pendidikan dan bermaklumat untuk meningkatkan pemahaman remaja terhadap sesuatu berita.

Kata kunci: Akhbar; keperluan; remaja; berita; penerimaan akhbar oleh remaja

© 2012 Penerbit UTM Press. All rights reserved.

1.0 PENGENALAN

Sejak diperkenalkan di Eropah pada tiga dekad yang lalu, akhbar kekal berperanan menyalurkan maklumat kepada

masyarakat (McQuail, 2005) sehingga kini. Medium ini diumpamakan sebagai 'pegawai' penerangan, pembimbing dan pendidik kepada pembaca. Ini kerana, akhbar merupakan nadi berita (Martinson dan Hindman, 2005), dan tempat untuk

khalayak menyuarakan pendapat (Siti Rodziah, 2009). Sumber berita ini jika dibaca remaja membantu proses pembelajaran (Mokhtar, *et al.*, 2000), mengetahui hal-hal yang berlaku di sekeliling mereka (Tan, 1998), serta memberi kesan kepada minda, sikap dan mental remaja (Sidek, 2006). Tambahan pula Mokhtar, *et al.* (2000), mendapati bahawa hampir keseluruhan remaja menggunakan akhbar dalam proses pembelajaran mereka di sekolah. Hakikatnya, akhbar memainkan peranan untuk perkembangan dan pembinaan diri remaja khususnya.

■2.0 PERNYATAAN MASALAH

Menurut statistik, remaja pada 12 tahun dahulu merupakan golongan yang paling ramai membaca akhbar berbanding golongan dewasa. Data pada tahun 1996 menunjukkan 90 peratus daripada jumlah populasi yang paling tinggi membaca akhbar adalah remaja (Perpustakaan Negara Malaysia, 1996). Tetapi peratusan tersebut telah menurun kepada 54 peratus pada tahun 2008 (Nielsen Company, 2008). Timbul persoalan, mengapakah berlaku penurunan peratusan yang ketara? Sedangkan hasil kajian Nor Shahriza (2006), menyatakan bahawa majoriti pelajar membaca akhbar setiap hari dan sekurang-kurangnya beberapa kali seminggu?

Beberapa kajian mendapati penurunan ini berpunca daripada akhbar yang tidak banyak membincangkan perihal generasi muda (Samsudin, 2010), kandungan akhbar yang tidak memenuhi keperluan remaja (Raeymaeckers, 2002; Newspaper Association of America Foundation, 2004; Zerba, 2008), dan kurang menyediakan maklumat khusus untuk remaja (Morris, 2003). Berdasarkan kajian-kajian lepas, menunjukkan bahawa remaja semakin kurang menerima akhbar kerana akhbar dikatakan semakin tidak memenuhi keperluan mereka. Namun, apakah yang dimaksudkan dengan keperluan? Keperluan adalah fitrah desakan dalaman manusia atau cetusan kehendak seseorang untuk mengetahui sesuatu perkara (Haziah, *et al.*, dalam Mohd Shamsul, *et al.*, 2008). Manakala Katz, *et al.* (1973), berpendapat bahawa keperluan berkait rapat dengan kognitif, perasaan, peribadi, sosial dan melepaskan perasaan. Keperluan ini dikenal pasti sebagai keperluan bermanifestokan motif (Rubin dan Windahl, 1986), yang berkait dengan tingkah laku komunikasi khalayak.

Dalam pada masa yang sama Samsudin (2010), menyatakan penurunan berlaku kerana remaja berhadapan dengan persekitaran yang kaya media umpamanya pengaruh teknologi Internet seperti blog (Linlin, 2005; Nielsen Company, 2008; Heflin, 2010). Sekiranya tidak diatasi sejak dari awal, institusi akhbar akan kehilangan pembaca remaja buat selamalamanya (Speckman, 2006 dalam Huang, 2009), serta timbul anggapan daripada remaja bahawa akhbar hanya sesuai dibaca oleh golongan tua (Atkins, 2005).

■3.0 OBJEKTIF KAJIAN

Secara umumnya, kajian ini bertujuan meninjau tentang faktor-faktor keperluan remaja terhadap akhbar. Dengan lebih khusus lagi kajian ini ingin:-

1. Mengenal pasti jenis-jenis berita yang menjadi pilihan remaja; dan
2. Mengetahui hubungan antara faktor keperluan dengan penerimaan akhbar oleh remaja.

■4.0 REMAJA DAN KEPERLUAN TERHADAP AKHBAR

Kandungan akhbar adalah pelbagai dan antaranya berita perkembangan semasa dalam negara (Mior Kamarul, 2006), berita sukan dan hiburan (D'Haenens, *et al.*, 2004), politik (De Waal dan Sch€enbach, 2008; Raeymaeckers, 2004; Nafise, 2008), ekonomi (Raeymaeckers, 2004; Riffe dan Reader, 2007), dan sebagainya. Berita-berita tersebut bersifat ringkas dan terkini (Heflin, 2010), serta lengkap (Linlin, 2005), yang diterbitkan secara harian, mingguan atau dalam tempoh masa yang tertentu (Mohd Safar, 2004). Berita yang bersifat ringkas ini ditulis dalam keadaan piramid terbalik yang mendahulukan fakta-fakta penting. Ia melibatkan kesan dan kepentingannya kepada rakyat. Berita yang bersifat terkini pula berkait dengan sesuatu peristiwa atau kejadian yang baharu atau yang sedang berlaku (Itule dan Anderson, 2007) manakala bersifat lengkap pula membawa maksud unsur optimistik, pesimistik dan pengharapan ada di dalam akhbar (Pecora dan Mazzarella, 2007). Optimistik merujuk pada berita yang dilaporkan dari aspek positif. Manakala berita yang bersifat pesimistik merujuk pada berita yang melaporkan tentang masalah yang dihadapi tanpa sebarang penyelesaian. Pengharapan pula adalah berita yang melaporkan masalah disertai dengan penyelesaian bagi masalah tersebut. Kepelbagaian dan kelebihan berita inilah yang menyebabkan akhbar bercetak masih lagi menjadi pilihan pembaca untuk mendapatkan maklumat (Chyi dan Lewis, 2009), walaupun disaingi oleh bermacam-macam jenis medium seperti televisyen, radio, akhbar dalam talian dan Internet. Namun begitu, meskipun akhbar menyalurkan pelbagai jenis berita, beberapa kajian menunjukkan bahawa remaja hanya memilih dan membaca berita hiburan sahaja. Lim (1984); Samsudin (1994); Schlagheck (1998). D'Haenens, *et al.* (2004), mendapati bahawa remaja memilih berita hiburan seperti informasi muzik terkini, gaya tarian dan kartun sebagai bacaan untuk tujuan bersenang-senang atau mengisi masa lapang (Mohd Khairie, *et al.*, 2005). Berita hiburan adalah berita ringan yang kurang penting dan ditulis secara naratif iaitu menyerupai rencana (Chamil, 2008).

Walaupun remaja bukanlah pembaca akhbar yang serius (Samsudin, 2010), tetapi keperluan mereka perlu diambil perhatian oleh institusi akhbar. Ini kerana, apabila keperluan remaja dipenuhi, mereka akan kerap membaca akhbar (Readership Institute, 2002). Keperluan mereka berkait rapat dengan keperluan kognitif, perasaan, peribadi, sosial dan keperluan melepaskan perasaan (eskapisme).

Keperluan kognitif dikonsepsualisasikan sebagai keinginan untuk mendapatkan maklumat dan pengetahuan serta meningkatkan pemahaman tentang maklumat itu. Kajian oleh Katz, *et al.* (1973), mendapati bahawa akhbar banyak menerbitkan berita yang mengandungi elemen keperluan kognitif. Pendapat Katz, *et al.* (1973) disokong oleh Larkin dan Grotta (1977); Kippax dan Murray (1980); dan Lynn, *et al.* (2008). Mereka mendapati bahawa remaja membaca akhbar kerana kandungannya sarat dengan elemen keperluan kognitif.

Keperluan perasaan (afektif) menjadi faktor kedua remaja menerima akhbar. Keperluan perasaan adalah keinginan untuk mendapatkan hiburan dan mengalihkan perhatian dari sesuatu perkara yang tidak digemari. Kajian oleh Vincent dan Basil (1997); Lin, *et al.* (2003); dan Raeymaeckers (2004), mendapati membaca berita hiburan, sukan dan kartun membantu khalayak mendapatkan hiburan dan mengalihkan perhatian mereka.

Keperluan peribadi merujuk kepada membangunkan identiti, personal dan usaha mencapai penghargaan diri. Sebagai remaja, mereka memerlukan maklumat terkini untuk membentuk mereka menjadi remaja yang berpengetahuan.

Vincent dan Basil (1997); dan Lewis (2008), mendapati kandungan akhbar membantu meningkatkan keyakinan, membentuk remaja mengutamakan masa, mempunyai gaya tersendiri dan dipandang tinggi oleh orang sekeliling. Ini menunjukkan bahawa akhbar mengandungi elemen keperluan peribadi.

Manakala keperluan sosial melibatkan tindakan membangun dan mengekalkan hubungan sosial dengan individu lain. Hasil kajian Towers (1986); Shu-Chu (2001); dan Readership Institute (2009), menunjukkan akhbar banyak menerbitkan kandungan yang mempunyai elemen keperluan sosial.

Keperluan melepaskan perasaan (eskapisme) merujuk kepada keperluan untuk melepaskan tekanan dan keinginan untuk mengubati kesunyian. Raeymaeckers (2004) dan Johannson (2008), mendapati akhbar menerbitkan kandungan yang dapat menghilangkan rasa bosan, sunyi dan tekanan yang dihadapi oleh remaja.

■5.0 METOD KAJIAN

Penyelidikan ini menggunakan pendekatan kuantitatif menerusi kaedah tinjauan menggunakan borang soal selidik. Penggunaan borang soal selidik adalah baik kerana; Pertama; data mudah untuk dikumpul, sesuai untuk gambaran sebenar persoalan dan bilangan responden yang ramai dapat diadakan (Othman dan Hanisah, 2011). Kedua; mudah untuk ditadbir oleh penyelidik dan dijawab oleh responden (Sivo, *et al.*, 2006).

Subjek kajian pula meliputi remaja yang merupakan murid-murid daripada pelbagai kaum berumur di antara 16 tahun hingga 17 tahun. Mereka telah dipilih daripada jumlah murid seramai 4,501 (Kementerian Pelajaran Malaysia, 2009) yang belajar di 10 buah sekolah menengah kebangsaan di Wilayah Persekutuan Kuala Lumpur. Remaja dipilih sebagai responden kajian atas beberapa sebab. Pertama, mereka merupakan kumpulan umur yang paling ramai membaca akhbar berbanding kumpulan umur dewasa dan kanak-kanak. Berpandukan laporan Nielsen Company (2008), bahawa 54 peratus pembaca akhbar di Malaysia adalah terdiri daripada remaja berumur di antara 15 tahun hingga 24 tahun. Kedua, remaja merupakan jumlah penyumbang terbanyak jumlah populasi rakyat Malaysia iaitu 2,601,145 orang (Lembaga Penduduk dan Pembangunan Keluarga Negara, 2008). Maka wajar kajian dijalankan terhadap mereka.

Kuala Lumpur dipilih sebagai lokasi kajian kerana mencatatkan edaran tertinggi akhbar iaitu sebanyak 1,676,985 naskah sehari (Audit Bureau of Circulations, 2008). Ini berikutan kepadatan penduduk yang tinggi berbanding lain-lain negeri. Daripada 4,501 (murid-murid berumur 16 hingga 17 tahun) populasi, penentuan saiz sampel adalah berasaskan Jadual Penentuan Saiz Sampel (Krejcie dan Morgan, 1970). Berpandukan Jadual tersebut bagi saiz populasi yang berjumlah 4,000 hingga 5,000 orang, saiz sampel yang diperlukan adalah seramai 354 orang. Namun begitu, penyelidik telah mengedarkan sebanyak 387 borang soal selidik kepada responden. Ia bertujuan memudahkan penyelidik menganalisis data sekiranya wujud nilai ekstrim dalam taburan data pemboleh ubah. Memiliki saiz sampel yang besar banyak memberi manfaat kepada penyelidik.

Setelah memilih jumlah saiz sampel, pengkaji telah memilih dua kaedah persampelan untuk menentukan jumlah sekolah yang terlibat di dalam kajian ini. Teknik tersebut adalah persampelan rawak mudah dan persampelan bertujuan. Menurut Chua (2006), melalui prosedur persampelan rawak mudah, setiap unit atau subjek dalam populasi mempunyai peluang yang sama untuk dipilih sebagai responden kajian. Justeru, daripada

93 populasi sekolah yang terdapat di Kuala Lumpur, sebanyak 10% sampel sekolah diambil secara rawak mudah menjadikan jumlahnya adalah 10 buah sekolah. Selain daripada persampelan rawak mudah, persampelan kedua yang dipilih ialah persampelan bertujuan. Patton (2002), menyatakan bahawa melalui persampelan bertujuan penyelidik memilih responden berdasarkan beberapa kriteria yang ditetapkan. Dalam penyelidikan ini, tiga kriteria telah ditetapkan oleh penyelidik iaitu: Pertama; Responden terdiri daripada murid-murid berbilang kaum yang berumur di antara 16 tahun hingga 17 tahun. Kedua; Responden terdiri daripada murid-murid yang bersekolah dalam Wilayah Persekutuan Kuala Lumpur. Ketiga; Sebelum penyelidik mengedarkan soal selidik, responden ditanya terlebih dahulu mengenai akhbar yang dibaca. Responden yang memberi pengakuan bahawa membaca satu daripada lima akhbar utama yang menunjukkan jumlah edaran harian yang tinggi iaitu Harian Metro, Utusan Malaysia, Berita Harian, The Star dan The New Straits Time layak untuk menjawab soal selidik secara sukarela.

Jadi, untuk mengukur keperluan remaja terhadap akhbar penyelidik telah mengadaptasi dan mengubah suai soal selidik yang dibentuk oleh Katz, *et al.* (1973), mengikut konteks budaya tempatan. Sebanyak 35 item pernyataan yang mengukur lima keperluan (kognitif, perasaan, peribadi, sosial dan eskapisme) telah dikemukakan. Selain itu, untuk mengenal pasti penerimaan akhbar oleh remaja yang turut mempunyai hubungan dengan keperluan, 35 item meliputi enam faktor telah digunakan. Lima daripada enam faktor itu ialah manfaat penggunaan, persepsi manfaat penggunaan, sikap terhadap penggunaan, niat terhadap penggunaan, halangan penggunaan telah diadaptasi daripada *Development of an instrument to measure the acceptance of internet technology by consumers* oleh Gardner dan Amoroso, (2004). Manakala faktor keenam iaitu faktor sampingan penggunaan dibentuk oleh penyelidik berdasarkan sorotan literatur.

Dalam kajian ini, ujian kebolehpercayaan dilakukan terhadap pemboleh ubah keperluan dan penerimaan remaja. Nilai *Cronbach Alpha* digunakan untuk ujian kebolehpercayaan ini. Instrumen dianggap baik dan boleh diterima apabila nilai *cronbach alpha* berada sekurang-kurangnya pada nilai 0.6 dan ke atas (Mohd Salleh dan Zaidatun, 2001); nilai alfa 0.65 hingga 0.95 (Chua, 2006). Justeru, soal selidik berkaitan keperluan dan penerimaan remaja terhadap akhbar telah diuji. Hasil ujian menggunakan prosedur *Cronbach's Alpha* menunjukkan nilai alfa keperluan adalah 0.924 dan penerimaan adalah 0.923. Maka, kebolehpercayaan skala keperluan dan penerimaan mempunyai konsistensi yang baik.

Akhirnya, bagi menguji objektif pertama kajian, kaedah statistik deskriptif telah diaplikasi. Ia digunakan untuk mengenal pasti nilai peratusan, min, purata dan sisihan piawai yang menjadi teras utama dalam prosedur statistik deskriptif (May, 2004). Manakala untuk menguji objektif kedua kajian, ujian yang digunakan adalah ujian Korelasi dengan pekali *Pearson Product-Moment*.

■6.0 HASIL KAJIAN DAN PERBINCANGAN

Bahagian ini membincangkan hasil kajian berdasarkan demografi responden, pilihan jenis berita dan faktor keperluan remaja terhadap akhbar. Selain itu, bahagian ini juga membincangkan hubungan antara keperluan dengan penerimaan akhbar oleh remaja.

6.1 Demografi Responden

Jadual 1 menunjukkan taburan umur responden yang berumur 16 tahun (80.6%) melebihi responden berumur 17 tahun (19.4%). Dari segi jantina, 63 peratus sampel kajian adalah

perempuan. Manakala taburan kaum menunjukkan Melayu merupakan kaum yang paling ramai terlibat di dalam kajian ini dengan mencatatkan peratusan sebanyak (66.2%) diikuti oleh kaum Cina (21.4%), India (11.6%) dan lain-lain yang terdiri daripada bukan warganegara (0.8%).

Jadual 1 Taburan responden mengikut demografi (n=387)

Profil	Kekerapan	Peratusan
Umur		
16 tahun	312	80.6
17 tahun	75	19.4
Jantina		
Perempuan	246	63.6
Lelaki	141	36.4
Kaum		
Melayu	256	66.2
Cina	83	21.4
India	45	11.6
Lain-lain(bukan warganegara)	3	0.8

6.2 Pilihan Jenis Berita

Jadual 2 menunjukkan bahawa berita hiburan mencatatkan peratusan pilihan yang paling tinggi dibaca oleh remaja iaitu sebanyak 74.4 peratus. Ini berbeza dengan berita politik dan forum yang menunjukkan peratusan paling rendah iaitu hanya 8.3 peratus dan 6.7 peratus sahaja. Peratusan ini menunjukkan

bahawa remaja pada hari ini cenderung membaca berita ringan daripada membaca berita berat seperti berita politik dan ekonomi yang memerlukan mereka berfikir dan mempunyai maklumat tambahan. Dapatan kajian ini menyamai kajian yang telah dijalankan oleh Lim (1984); Samsudin (1994); Schlagheck (1998); D'Haenens *et al.* (2004), yang mendapati remaja memilih berita hiburan sebagai bacaan utama.

Jadual 2 taburan responden mengikut pilihan jenis-jenis berita dalam akhbar (n=387)

Jenis Berita	Kekerapan	Peratusan
Hiburan	288	74.4
Jenayah	246	63.6
Sukan	218	56.3
Kesihatan	212	54.8
Kartun	197	50.9
Rancangan TV	189	48.8
Sains & teknologi	161	41.6
Pendidikan	158	40.8
Agama	138	35.7
Sosial & kemasyarakatan	100	25.8
Keluarga	96	24.8
Kebudayaan	89	23.0
Sastera	79	20.4
Iklan	79	20.4
Ekonomi	47	12.1
Mahkamah	43	11.1
Lidah pengarang	39	10.1
Rencana	36	9.3
Politik	32	8.3
Forum	26	6.7
Lain-lain	15	3.9

* Nota: Peratus tidak berjumlah 100 peratus kerana jawapan lebih daripada satu.

6.3 Faktor Keperluan yang Terdapat di dalam Akhbar

Faktor-faktor keperluan telah dioperasionalkan untuk mendapatkan skor min pada skala empat mata. Skor min ini bertujuan mengukur tahap keperluan (kognitif, perasaan, peribadi, sosial dan eskapisme) secara keseluruhan dan mengikut dimensi. Tahap keperluan dikategorikan kepada tiada,

rendah, sederhana dan tinggi. Jumlah skor min tertinggi menunjukkan bahawa kandungan akhbar mengandungi banyak faktor keperluan, sederhana pula merujuk kepada akhbar mengandungi faktor keperluan dan skor min terendah pula menunjukkan akhbar kurang mengandungi faktor keperluan yang akan mempengaruhi penerimaan remaja. Begitu juga dengan skor min tiada menunjukkan akhbar tidak mengandungi

faktor keperluan. Pembahagian skor bagi setiap tahap menggunakan pendekatan statistik berdasarkan kepada nilai *cut*

point seperti di Jadual 3.

Jadual 3 Pembahagian skor min tahap keperluan terhadap akhbar

Dimensi Keperluan	Skor Min			
	Tiada (tidak mengandungi faktor keperluan)	Rendah (kurang mengandungi faktor keperluan)	Sederhana (mengandungi faktor keperluan)	Tinggi (banyak mengandungi faktor keperluan)
Kognitif	< 1	1.00 – 2.52	2.53 – 2.90	2.91 – 4.00
Afektif	< 1	1.00 – 1.97	1.98 – 2.43	2.44 – 4.00
Peribadi	< 1	1.00 – 1.72	1.73 – 2.15	2.16 – 4.00
Sosial	< 1	1.00 – 1.45	1.46 – 1.80	1.81 – 4.00
Eskapisme	< 1	1.00 – 1.87	1.88 – 2.96	2.97 – 4.00
Skor min keseluruhan	< 1	1.00 – 1.87	1.88 – 2.96	2.97 – 4.00

Berdasarkan kepada pembahagian skor tahap keperluan remaja terhadap akhbar (Jadual 3), Jadual 4 menunjukkan skor min keseluruhan keperluan adalah sederhana iaitu 2.64 dengan nilai sisihan piawai 0.22. Dapatan kajian ini menunjukkan bahawa faktor keperluan terdapat di dalam kandungan akhbar. Hasil kajian ini adalah seiring dengan kajian Larkin dan Grotta (1977), yang menyatakan bahawa kandungan akhbar mempunyai elemen keperluan yang mempengaruhi sikap remaja untuk membacanya.

Dalam pada masa yang sama, kajian turut mengenal pasti sama ada dimensi-dimensi faktor keperluan wujud di dalam kandungan akhbar atau tidak. Melalui analisis, Jadual 4 mencatatkan skor min yang tinggi bagi dimensi keperluan. Antaranya, skor min yang dicatatkan oleh dimensi keperluan eskapisme umpamanya adalah tinggi iaitu 3.15 dengan nilai sisihan piawai sebanyak 0.6. Berdasarkan skor min tersebut menunjukkan bahawa akhbar mengandungi banyak dimensi keperluan eskapisme. Ia bermaksud bahawa akhbar mengandungi berita yang membantu remaja untuk melepaskan diri dari rasa sunyi dan bosan. Hasil kajian ini menyokong

dapatan kajian Towers (1986); Vincent dan Basil (1997); Raeymaeckers (2004); dan Johannson (2008), bahawa akhbar banyak menerapkan dimensi keperluan eskapisme di dalam kandungan. Apabila akhbar banyak menerbitkan kandungan yang berfokuskan keperluan eskapisme, ianya membantu menghilangkan rasa bosan dan sunyi yang dihadapi remaja setelah membacanya.

Kedua, kajian mendapati skor min dimensi keperluan kognitif juga tinggi iaitu 3.0. Nilai ini juga menunjukkan bahawa kandungan akhbar banyak mengandungi dimensi keperluan kognitif. Analisis ini memaparkan bahawa kandungan akhbar kaya dengan keperluan kognitif yang dapat meningkatkan maklumat, pengetahuan dan pemahaman remaja. Berdasarkan dapatan kajian ini menunjukkan bahawa akhbar yang diterbitkan di Malaysia banyak menerapkan faktor keperluan di dalam setiap kandungannya. Selain itu, hasil kajian ini menunjukkan bahawa dari dulu hingga kini akhbar masih lagi menerbitkan kandungan yang memenuhi keperluan pembaca remaja.

Jadual 4 Skor min keperluan mengikut dimensi

Dimensi Keperluan	Min	Sisihan Piawai
Eskapisme	3.15	0.61
Kognitif	3.00	0.24
Perasaan (afektif)	2.63	0.38
Peribadi	2.26	0.23
Sosial	1.88	0.20
Keseluruhan	2.64	0.22

6.4 Hubungan Antara Keperluan dengan Penerimaan Akhbar Oleh Remaja

Ujian Korelasi Pearson 'r' digunakan untuk menentukan sama ada wujud hubungan yang signifikan antara keperluan dengan penerimaan remaja terhadap akhbar.

6.4.1 Hubungan antara Keperluan Kognitif dengan Penerimaan Akhbar

Jadual 5 menunjukkan bahawa terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara keperluan kognitif dengan penerimaan

walaupun kekuatan hubungan itu adalah sederhana ($r=0.429$). Hasil kajian ini menunjukkan bahawa apabila semakin banyak elemen keperluan kognitif diterbitkan di dalam akhbar, maka semakin diterima akhbar tersebut oleh remaja. Ia membawa maksud, akhbar yang banyak menerapkan elemen keperluan kognitif akan memberi kesan kepada penerimaan remaja. Hasil kajian ini bersamaan dengan penemuan oleh Diddi dan La Rose (2006), yang menyatakan bahawa terdapat hubungan antara penerimaan akhbar dengan keperluan kognitif. Mereka mendapati bahawa apabila akhbar menawarkan kandungan berunsur kognitif akan mempengaruhi sikap remaja untuk menerima akhbar.

6.4.2 Hubungan antara Keperluan Perasaan dengan Penerimaan Akhbar

Jadual 5 menunjukkan nilai korelasi bagi dimensi keperluan perasaan ialah $r=0.349$ iaitu korelasi pada tahap lemah. Walaupun hubungan itu adalah lemah tetapi remaja masih menerima akhbar. Berdasarkan dapatan kajian, ia membawa maksud bahawa semakin banyak elemen keperluan perasaan diterbitkan di dalam akhbar, maka remaja akan menerima akhbar tersebut untuk memenuhi keperluan perasaan mereka. Ini kerana, jika keperluan perasaan remaja dipenuhi akhbar lebih mudah diterima sebagai bahan bacaan mereka.

6.4.3 Hubungan antara Keperluan Peribadi dengan Penerimaan Akhbar

Terdapat hubungan yang positif dan signifikan tetapi lemah antara keperluan peribadi dengan penerimaan ($r=0.380$, $p=0.000$) (Jadual 5). Dapatan kajian ini membawa maksud bahawa akhbar akan kurang diterima oleh remaja sekiranya kurang menerbitkan kandungan yang mengandungi elemen keperluan peribadi. Apabila kurangnya elemen tersebut maka kecenderungan remaja untuk menerima akhbar juga adalah kurang baik. Sekiranya akhbar banyak menerbitkan kandungan yang memenuhi keperluan peribadi remaja, maka meningkatlah penerimaan mereka terhadap akhbar. Hasil kajian ini bersamaan dengan dapatan Katz *et al.* (1973), yang mendapati bahawa terdapat hubungan signifikan di antara keperluan peribadi dengan kegunaan akhbar. Akhbar adalah medium yang dianggap memenuhi keperluan peribadi pembaca. Begitu juga dengan dapatan kajian Blumler dan Katz (1974), yang menyatakan bahawa faktor keperluan peribadi yang ditonjolkan di dalam akhbar mempunyai hubungan yang signifikan dengan penerimaan pembaca. Remaja menerima akhbar kerana maklumat tersebut membentuk mereka mempunyai keyakinan terhadap orang lain.

Kajian ini juga turut menghasilkan dapatan yang sama dengan kajian Abdullah dan Ahmat (2004), yang mendapati bahawa terdapat hubungan yang signifikan antara keperluan peribadi dengan penerimaan remaja di Turki terhadap akhbar. Ia membawa maksud, akhbar yang menerapkan elemen keperluan peribadi akan diterima oleh remaja sebagai bahan bacaan. Oleh itu, sikap remaja Turki membaca dan menerima akhbar dipengaruhi kuat oleh kandungan akhbar yang sarat dengan elemen keperluan peribadi. Akhbar di sana peka dengan keperluan remaja yang memerlukan maklumat yang dapat membentuk keperibadian mereka.

Namun begitu, dapatan kajian ini tidak bersamaan dengan kajian Eliot dan Quattlebaum (1979), yang mendapati bahawa

tidak terdapat hubungan antara keperluan peribadi dengan penerimaan akhbar. Ia membawa maksud, akhbar yang tidak menerapkan elemen keperluan peribadi tidak mengganggu penerimaan pembaca. Kemungkinan akhbar pada masa kajian dilaksanakan tidak membantu membentuk keperibadian pembaca kerana kurang menerbitkan bahan yang mengandungi elemen keperluan peribadi.

6.4.4 Hubungan antara Keperluan Sosial dengan Penerimaan Akhbar

Jadual 5 menunjukkan hubungan yang negatif yang amat lemah tetapi signifikan antara keperluan sosial dengan penerimaan akhbar oleh remaja ($r=-0.027$). Dapatan kajian ini membawa maksud bahawa apabila semakin kurang akhbar menerbitkan kandungan yang mengandungi elemen keperluan sosial ianya tidak akan mengurangkan atau menambahkan lagi penerimaan remaja terhadap akhbar. Penyelidikan ini menyokong dan konsisten dengan dapatan kajian McDonald (1990), Jeffres, *et al.* (1997), dan Smethers, *et al.* (2007), yang mendapati bahawa terdapat hubungan yang signifikan antara keperluan sosial dengan pembacaan akhbar. Menerusi kajian mereka mendapati bahawa kandungan akhbar yang sarat dengan elemen keperluan sosial akan diterima oleh pembaca. Melaluinya, ia membantu remaja membentuk hubungan antara komuniti dengan lebih baik dan mesra.

6.4.5 Hubungan antara Keperluan Eskapisme dengan Penerimaan Akhbar

Wujud hubungan yang positif dan signifikan tetapi lemah antara keperluan melepaskan perasaan dengan penerimaan ($r=0.232$, $p=0.000$) (Jadual 5). Ia bermaksud bahawa semakin kerap elemen eskapisme di dalam akhbar maka semakin akhbar diterima oleh remaja. Ini menunjukkan bahawa akhbar pada hari ini diterima remaja kerana menerbitkan kandungan yang berkisar kepada keperluan eskapisme. Oleh itu, kajian ini adalah seiring dengan kajian Henke (1985); McDonald (1990); Vincent dan Basil (1997); Raeymaeckers (2004); dan Johannson (2008), bahawa terdapat hubungan antara keperluan eskapisme dengan penerimaan akhbar. Ia membawa maksud apabila akhbar banyak menerapkan elemen keperluan eskapisme, remaja akan menerima akhbar tersebut. Namun, kajian ini menolak dapatan kajian Diddi dan La Rose (2006), yang mendapati bahawa tidak terdapat hubungan antara keperluan eskapisme dengan penerimaan akhbar. Ia bermaksud bahawa akhbar yang tidak menerapkan elemen eskapisme di dalam kandungan tiada kaitan dengan penerimaan pembaca.

Jadual 5 Hubungan antara dimensi keperluan dan penerimaan akhbar ($n=387$)

Keperluan	Penerimaan	
	<i>r</i>	<i>P</i>
Kognitif	0.429**	0.00
Perasaan	0.349**	0.00
Peribadi	0.380**	0.00
Sosial	-0.027*	0.00
Eskapisme	0.232**	0.00

** Korelasi adalah signifikan pada aras 0.01 (2-arah)

* Korelasi adalah signifikan pada aras 0.05 (1-arah)

7.0 KESIMPULAN DAN CADANGAN

Berdasarkan jenis-jenis berita yang menjadi pilihan didapati berita hiburan merupakan berita yang menjadi pilihan utama remaja. Remaja pada hari ini cenderung memilih berita ringan seperti berita hiburan daripada membaca berita berat yang memerlukan mereka berfikir secara kritis dan mempunyai maklumat tambahan. Kesimpulannya, berita ringan menjadi pilihan kerana membantu mereka melepaskan tekanan selepas seharian berhadapan dengan buku-buku teks dan ilmiah. Dari aspek hubungan pula hasil kajian menunjukkan bahawa akhbar diterima oleh remaja kerana menerbitkan kandungan yang mengandungi elemen keperluan. Apabila semakin banyak elemen-elemen faktor keperluan terdapat di dalam sesebuah akhbar semakin diterima akhbar tersebut oleh remaja. Kesimpulannya, akhbar adalah memenuhi keperluan remaja.

Rujukan

- Abdullah Koçak, dan Ahmet Yalçın Kaya. 2004. *Information and More: Uses and Gratifications of Print Newspapers Among University Students in Turkey*. Diakses pada 9 Julai 2011 daripada <http://cim.anadolu.edu.tr/pdf/2004/1130855872.pdf>.
- Atkins, L. 2005. Newspaper Must Do A Better Job Of Reaching Youth. *Quill magazine*. 93(4): 42–42.
- Audit Bureau of Circulations. 2008. *Circulation Figures: Newspaper–West Malaysia Publication*. Diakses pada 20 Mac 2009, daripada <http://www.abcm.org.my/>
- Blumler, J.G. dan Katz, E. 1974. (Eds.). *The Uses of Mass Communications: Current Perspectives On Gratifications Research*. Beverly Hills, CA: Sage.
- Chamil Wariya. 2008. *Penulisan Berkesan Media Cetak, Elektronik dan Web*. Kuala Lumpur: Malaysian Press Institute.
- Chua Yan Piaw. 2006. *Kaedah Penyelidikan*. Kuala Lumpur: McGraw Hill.
- Chyi, H. I. dan Lewis, S. C. 2009. Use Of Online Newspaper Sites Lags Behind Print Editions. *Newspaper Research Journal*. 30(4):38–53.
- Diddi, A., dan La Rose, R. 2006. Getting Hooked On News: Uses And Gratifications And The Formation Of News Habits Among College Students In An Internet Environment. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*. 50(2): 193–210.
- D’Haenens, L., Jankowski, N. dan Heuvelmen, A. 2004. News In Online And Print Newspapers: Differences In Reader Consumption And Recall. *New Media Society*. 6(3): 363–382.
- De Waal, E., Schönbach, K. dan Lauf, E. 2005. Online Newspapers: A Substitute Or Complement For Print Newspapers And Other Information Channels? *The European Journal of Communication Research*. 30(1): 55–72.
- Elliott, W. R. dan Quattlebaum, C. P. 1979. Similarities In Patterns Of Media Use: A Cluster Analysis Of Media Gratifications. *The Western Journal Of Speech Communication*. 43: 61–72.
- Gardner, C. dan Amoroso, D. L. 2004. *Development Of An Instrument To Measure The Acceptance Of Internet Technology By Consumers*. Dalam *prosiding ke 37 di Annual International Conference on System Sciences, Hawaii, 5-8 Januari 2004* (ms.1-10). San Diego, CA: IEEE xplore Digital Library.
- Heflin, K. 2010. The Future Will Be Televised: Newspaper Industry Voices And The Rise Of Television News. *American Journalism*. 27(2):87–110.
- Henke, L. L. 1985. Perceptions And Use Of News Media By College Students. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*. 29(4): 431–436.
- Huang, E. 2009. The Causes Of Youths’ Low News Consumption And Strategies For Making Youths Happy News Consumers. *Convergence*. 15(1):105–122.
- Itule, B. D., dan Anderson, D.A. 2007. *News Writing And Reporting For Today’s Media*. 7th ed. Boston, McGraw-Hill.
- Jeffres, L.W., Dobos, J., dan Sweeney, M. 1987. Communication And Commitment To Community. *Communication Research*. 14(6): 619–643.
- Johansson, S. 2008. Gossip, Sport And Pretty Girls. *Journalism Practice*. 2(3): 402–413.
- Katz, E., Haas, H., dan Gurevitch, M. 1973. On The Use Of Mass Media For Important Things. *American Sociological Review*. 38(2): 164–181.
- Kementerian Pelajaran Malaysia. 2009. Bilangan Murid Tingkatan 4 Dan 5 Di Kuala Lumpur Dan Putrajaya. Laporan yang tidak diterbitkan.
- Kippax, S. dan Murray, J. P. 1980. Using The Mass Media: Need Gratification And Perceived Utility. *Communication Research*. 7: 335–359.
- Krejcie, R. V. dan Morgan, D. W. 1970. Determining Sample Size For Research Activities. *Educational and Psychological Measurement*. 30: 607–610.
- Larkin, E., dan Grotta, G. 1977. The Newspaper As A Source Of Consumer Information For Young Adults. *Journal of Advertising*. 6: 5–10.
- Lembaga Penduduk Pembangunan Keluarga Negara. 2008. Diakses pada 10 Mei 2009 daripada http://popnet.lppkn.gov.my/popnetv2?Public?public_report_list.aspx?mID=PKD300.
- Lewis, S. C. 2008. Where Young Adults Intend To Get News In Five Years. *Newspaper Research Journal*. 29(4): 36–52.
- Lim, Y. L. 1984. *Sikap Golongan Remaja Terhadap Isi Kandungan Majalah-Majalah Remaja*. Latihan ilmiah yang tidak diterbitkan, Universiti Kebangsaan Malaysia.
- Linlin Ku. 2005. *The Interaction Between Newspapers And Readers: A Case Study Of The Taiwan Apple Daily*. Dalam *Prosiding International Communication Association, New York*, (ms.1-30). Diakses daripada ezproxy.upm.edu.my:2149/pdf17_20/pdf/2005/13.
- Lin, C. A., Salwen, M. dan Abdulla, R. 2003. *Uses And Gratifications Of Offline Newspaper And Online News*. Diakses pada 2 Februari 2011 daripada http://www.allacademic.com/meta/p111388_index.html
- Lynn, A., Cooper, M. dan Turner, S. D. 2008. *Traditional Content Is Still King As The Source Of Local News And Information*. Dalam *Prosiding International Communication Association*, (ms.1-48). Diakses daripada ezproxy.upm.edu.my:2149/pdf9/pdf/2008/137V/0.
- Martinson, B. E., dan Hindman, D. B. 2005. Building A Health Promotion Agenda In Local Newspapers. *Health Education Research*. 20(1): 51–60.
- May, H. 2004. Making Statistics More Meaningful For Policy Research And Program Evaluation. *American Journal of Evaluation*. 25(4):525–540.
- McDonald, D. G. 1990. Media Orientation And Television News Viewing. *Journalism Quarterly*. 67: 11–20.
- McQuail, D. 2005. *Mass Communication Theory*. 5th ed. Beverly Hills, California: Sage Publications.
- Mior Kamarul Shahid. 2006. *Media Massa Dan Peningkatan Daya Intelektual Bahasa Dan Kebudayaan Kebangsaan*. Diakses pada 2 Februari 2011, daripada <http://www.kongresbahasa.org/wp-content/uploads/2006/11/053.pdf>.
- Mohd Khairie, Mohd Baharudin, Suhaini dan Hafidz. 2005. *Kredibiliti Berita Akhbar Televisyen, Radio Dan Berita Dalam Talian*. Laporan yang tidak diterbitkan, Universiti Utara Malaysia.
- Mohd Safar Hasim. 2004. *Akhbar Di Malaysia: Antara Kebebasan Dengan Tanggungjawab*. Bangi: Penerbit Universiti Kebangsaan Malaysia.
- Mohd Salleh Abu & Zaidatun Tasim. 2001. *Pengenalan kepada analisis data berkomputer: SPSS 10.0 for windows*. Kuala Lumpur: Venton Publishing.
- Mohd Shamsul Daud, Marlia Idrus dan Jasmin Ilyani Ahmad. 2008. *Pilihan Raya Umum Ke-12: Media Elektronik sebagai Platform Penyebaran Maklumat*. In Worrn Hj Kabul, Shiren Haron, Mat Zin Mat Kib and Abdul Kadir Rosline (Eds.) *Prosiding Seminar Politik Malaysia*, Pp. 543–552. Shah Alam: UPENA UiTM.
- Mokhtar Muhammad, Illias Mohd. Salleh, dan Rahmat Ghazali. 2000. *Analisis Kandungan Liputan Akhbar Arus Perdana Dan Akhbar Alternatif Berkaitan Pilihanraya Umum 1999*. Diakses pada 4 Julai 2009 daripada http://eprints.ptar.uitm.edu.my/1747/1/LP_MOKHTAR_MUHAMMAD_ILLIAS_MOHD._SALLEH_RAHMAT_GHAZALI_00_24.pdf.
- Morris, J. L. 2003. Audiences Identifies Types Of Reports, News Consumer. *Newspaper Research Journal*. 24(2): 36–49.
- Nafise, E. M. 2008. *Use Of Photograph In Malaysian English Dailies*. Tesis master yang tidak diterbitkan, Universiti Putra Malaysia.
- Newspaper Association of America Foundation. 2004. *Study Finds Readership Opportunity Among Teenagers*. Diakses pada 11 Mei 2009 daripada <http://www.naa.org/r2/top10.html>.
- Nielsen Company. 2008. *Mainstream Media Continues To Lead Malaysia’s Media Scene*. Diakses pada 2 April 2009 daripada <http://my.acnielsen.com/news/20081023.shtml>
- Shahriza Abdul Karim. 2006. Reading Habits And Attitude In Malaysia: Analysis Of Gender And Academic Programme Differences. *Kekal Abadi*. 25(1/2): 1–23.
- Othman Md Johan dan Hanisah Hamdan. 2011. *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pemilihan Profesion Keguruan Di Kalangan Pelajar*

- Pelajar Jabatan Pendidikan Teknikal Kejuruteraan*. Diakses pada 12 Januari 2012 dari <http://eprints.utm.my/11752/1/Faktor.pdf>.
- Patton, M. Q. 2002. *Qualitative Evaluation And Research Methods*. 3rded. Thousand Oaks, California: Sage Publications.
- Pecora, N.O., dan Mazzarella, S.R. 2007. Girls In Crisis: Newspaper Coverage Of Adolescent Girls. *Journal of Communication Inquiry*. 31(1): 6–27.
- Perpustakaan Negara Malaysia. 1996. *Reading Habits And Interest Of Malaysian Society*. Diakses pada 10 Mei 2009, daripada http://i-baca.pnm.my/kajian/kajian3_en.asp.
- Raeymaeckers, K. 2002. Research Note: Young People And Patterns Of Time Consumption In Relation To Print Media. *European Journal of Communication*. 17(3): 369–383.
- Raeymaeckers, K. 2004. Newspaper Editors In Search Of Young Readers: Content And Layout Strategies To Win New Readers. *Journalism Studies*. 5(2): 221–232.
- Readership Institute. 2009. *No Secret To Readership: Give Them Something To Talk About*. Diakses pada 20 Mac 2009, daripada <http://www.readership.org/>
- Readership Institute. 2002. *Inside Satisfaction: What It Means, How To Increase It*. Diakses pada 20 2009, daripada http://www.readership.org/content/editorial/data/elements_of_satisfaction.pdf.
- Riffe, D. dan Reader, B. 2007. Most Rely On Newspapers For Local Business News. *Newspaper Research Journal*. 28(2): 82–98.
- Rubin, A.M. dan Windahl, S. 1986. The Uses And Dependency Model Of Mass Communication. *Critical Studies in Mass Communication*. 3(2): 184–199.
- Samsudin A. Rahim. 2010. Media, Demokrasi Dan Generasi Muda: Analisis Keputusan Pilihan Raya Umum Ke-12. *Malaysian Journal of Communication*. 26(2): 1–15.
- Samsudin A. Rahim. 1994. *Tingkah Laku Lepak Di Kalangan Remaja*. Kuala Lumpur: Kementerian Belia dan Sukan Malaysia.
- Schlagheck, C. 1998. Newspaper Reading Choices By College Students. *Newspaper Research Journal*. 19(2): 74–87.
- Shu-Chu Sarrina Li. 2001. New Media And Market Competition: A Niche Analysis Of Television News, Electronic News And Newspaper News In Taiwan. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*. 45(2): 259–276.
- Sidek Baba. 2006. Kepentingan Integrasi Ilmu Dan Pendidikan. *Majalah i*, Januari, 29, 2006. Ms. 76–77.
- Siti Rodziah Nyan. 2009. *Akhbar Saudara: Pencetus Kesedaran Masyarakat Melayu*. Kuala Lumpur: Dewan Bahasa dan Pustaka.
- Sivo, S. A, Saunders, C., Chang, Q., dan Jiang J.J. 2006. How Low Should You Go? Low Response Rates And The Validity Of Inference In IS Questionnaire Research. *Journal of the Association for Information Systems*. 7(6): 351–414.
- Smethers, S., Bressers, B., Willard, A., Harvey, L., dan Freeland, G. 2007. Kansas Readers Feel Loss When Town's Paper Closes. *Newspaper Research Journal*. 28(4): 6–21.
- Tan Teck Seng. 1998. *Penggunaan Media Bercetak Oleh Guru Pelatih Di Pusat Sumber Maktab Perguruan*. Tesis master yang tidak diterbitkan, Universiti Putra Malaysia.
- Towers, W. M. 1986. Replication Of A Study On Uses And Gratifications For Weekday And Sunday Readers. *Newspaper Research Journal*. 7(3):61–68.
- Vincent, R. C. dan Basil, M. D. 1997. College Student's News Gratifications, Media Use, And Current Events Knowledge. *Journal of Broadcasting*. 41(3): 380–392.
- Zerba, A. 2008. Narrative Storytelling: Putting The Story Back In Hard News To Engage Young Audiences. *Newspaper Research Journal*. 29(3): 94–102.