

# PENGGUNAAN BERITA DAN FOTO DARIPADA AGENSI BERITA ANTARABANGSA DALAM *UTUSAN MALAYSIA* DAN *NEW STRAITS TIMES* DI KEJOHANAN BOLA SEPAK PIALA DUNIA 2002

MOHD YAHYA MOHAMED ARIFFIN

---

## ABSTRACT

*News reporting and photographs on foreign sport that has been shown in the local newspapers are extract from the international news agencies such as Reuters, Associated Press (AP) and Agence France-Presse (AFP) which are the primary suppliers of the overseas' news. The research are done in order to study on the use of news materials and photographs during the World Cup FIFA 2002 which was held in Korea and Japan in June 2002. The research findings has shown that Utusan Malaysia (UM) and New Straits Times (NST) has been using news materials and photographs from the international primary news agencies to be printed in their newspapers. Both newspapers have different tendency in using those news materials and photographs from those international news agencies. The differences can be seen from the usage of news materials and photographs specifically at the front page and sport columns.*

## PENGENALAN

Kejohanan Bola Sepak Piala Dunia mendapat sambutan yang cukup hebat dari seluruh dunia termasuk Malaysia, terutama daripada peminat sukan ini. Ia merupakan kejohanan yang paling berprestij di dunia jika dibandingkan dengan kejohanan sukan lain. *Reuters* melaporkan bahawa secara kumulatif seramai 40 bilion penonton di seluruh dunia menyaksikannya sepanjang kejohanan Piala Dunia 1998 di Perancis (*New Straits Times*, 29 Mei 2002). Maka, tidak hairanlah Kejohanan Bola Sepak Piala Dunia 2002 yang telah berlangsung di Korea Selatan dan Jepun mulai 31 Mei hingga 30 Jun 2002 berjaya menarik berbilion-bilion peminat di seluruh dunia. Oleh sebab itu, bagi melengkapkan kehendak peminat, media massa di seluruh dunia juga memainkan peranan penting dengan membuat publisiti dan laporan untuk dihidangkan kepada para peminat sukan ini.

Kejohanan sukan alaf baru ini disertai oleh 32 pasukan dari seluruh dunia. Korea Selatan dan Jepun merupakan wakil pertama Asia yang dipilih menjadi tuan rumah secara bersama untuk kejohanan kali ini. Persekutuan Bola Sepak Antarabangsa (FIFA) menganggarkan sukan bola sepak boleh mengaut perolehan sebanyak AS\$250 bilion (RM950 bilion) setahun. Sepanjang Kejohanan Piala Dunia 2002, FIFA menjangkakan penonton kumulatif sebanyak 41 bilion akan menonton siaran langsung perlawanan-perlawanan yang akan berlangsung. FIFA juga menjangkakan bahawa apabila perlawanan akhir Piala Dunia diadakan di Yokohama,

Jepun pada 30 Jun 2002, sebanyak satu bilion penduduk dunia akan menyaksikan perlawanan itu melalui televisyen (*Massa*, 1-7 Jun 2002).

Agensi berita AFP melaporkan bahawa Pusat Media Antarabangsa Piala Dunia 2002 di Korea Selatan dan Jepun telah dibuka secara rasmi pada 22 Mei, iaitu kurang dua minggu sebelum bermulanya kejohanan berkenaan. Pusat untuk agensi berita dan wartawan serta para jurugambar itu terletak di Pusat Pameran dan Konvensyen di selatan Seoul. Pusat Penyiaran Antarabangsa utama juga ditempatkan di situ. Lebih daripada 10,000 wartawan media cetak dan televisyen membuat liputan kejohanan yang berlangsung selama 31 hari itu—bermula pada 31 Mei dan tamat dengan perlawanan akhir di Yokohama, Jepun. Sebuah lagi pusat akhbar utama adalah di Yokohama (*Utusan Malaysia*, 23 Mei 2002). Pada tahun 1998, seramai 9,000 wartawan dari seluruh dunia membuat liputan mengenai Kejohanan Bola Sepak Piala Dunia di Perancis (*Time*, 20 Julai 1998). Ini membuktikan bahawa kejohanan ini memang mendapat perhatian yang serius daripada media antarabangsa.

Di negara ini, media massa utama, akhbar harian dan stesen televisyen menyiarkan kejohanan ini setiap hari. Akhbar harian seperti *Utusan Malaysia* (UM), *Berita Harian* (BH), *New Straits Times* (NST) dan *The Star* menyiarkan pelbagai berita setiap hari—berita-berita berkaitan perlawanan, persediaan pasukan, komen-komen dan gambar-gambar menarik. Yang menariknya, setiap akhbar harian ini turut menyediakan ruangan khas untuk kejohanan berkenaan. Stesen-stesen televisyen tempatan—TV1 (RTM), TV3 dan NTV7—turut menyiarkan siaran langsung dan rakaman perlawanan setiap hari secara bersilih ganti. Laporan dan penyiaran tentang kejohanan ini bertujuan untuk memenuhi keperluan para peminat bola sepak di negara ini yang tidak dapat ke Korea Selatan dan Jepun untuk menonton kejohanan ini dengan lebih dekat. Ini menunjukkan bahawa media massa terutama akhbar memainkan peranan yang cukup bermakna kepada para peminat serta memenuhi fungsi komunikasi, iaitu memberitahu dan menghibur.

Akhbar-akhbar juga menggunakan foto pelbagai aksi yang menarik bagi mengukuhkan pelaporan masing-masing. Ini disebabkan foto boleh memberikan kesan kepada pembaca, di samping berita yang dibaca.

## AGENSI BERITA ANTARABANGSA

Pengaliran berita antarabangsa ke Malaysia sebahagian besarnya datang daripada beberapa agensi berita antarabangsa. Agensi berita antarabangsa yang terbesar atau “*the Big Four*” terdiri daripada Reuters, AP, AFP dan *United Press International* (UPI). Agensi-agensi ini membekalkan berita dari seluruh dunia kepada media cetak dan elektronik di negara ini.

Agensi-agensi sejagat masih menguasai beberapa rangkaian transmisi yang lengkap dan berkeupayaan membuat liputan operasi berita antarabangsa secara meluas dan pantas (Merrill 1997). Ini termasuklah semasa berlangsungnya Kejohanan Bola Sepak Piala Dunia 2002 di Korea Selatan dan Jepun. Akhbar-akhbar tempatan banyak menggunakan bahan berita berkaitan kejohanan itu daripada agensi-agensi tersebut.

### **Associated Press**

*Associated Press* (AP) ditubuhkan oleh beberapa akhbar di New York untuk berkongsi perbelanjaan membawa berita dari Boston ke New York. Pada mulanya, agensi ini dikenali sebagai *New York Associated Press*, dan kini dikenali sebagai AP (Merrill 1997). Agensi ini merupakan pertubuhan berita antarabangsa terbesar di dunia. Pada masa ini, mereka memberikan perkhidmatan kepada 15,000 pertubuhan berita di seluruh dunia ([www.ap.org.htm](http://www.ap.org.htm)). AP juga mempunyai 8,500

pelanggan daripada 112 buah negara. Kira-kira 1,400 akhbar harian Amerika Syarikat dan 6,000 pelanggan televisyen, radio dan sistem kabel di dunia menggunakan berita AP. Selain itu, kira-kira 1,000 buah stesen radio menggunakan berita-berita yang dibekalkan oleh *AP Network News* yang merupakan rangkaian radio terbesar di Amerika Syarikat. Terdapat lebih daripada 3,000 petugas AP di Amerika Syarikat. Agensi berita AP yang beribu pejabat di Amerika Syarikat mempunyai 93 biro di 72 buah negara (Vivian 2002).

### **Reuters**

Paul Julius Reuters merupakan pengasas kepada agensi Reuters yang ditubuhkan pada tahun 1851 di England (Merrill 1997). Pada masa ini, Reuters memberikan perkhidmatan kepada 6,500 pertubuhan media di seluruh dunia termasuk 290 di Amerika Syarikat. Terdapat 27,000 pelanggan Reuters di seluruh dunia. Perkhidmatannya menggunakan 11 bahasa utama dunia. Ia mempunyai 120 biro di 80 buah negara (Vivian 2002). Menurut Merrill (1997), Reuters memberi lebih penekanan kepada penyediaan dan penyiaran berita berkaitan perniagaan dan kewangan.

### **Agence France-Presse**

*Agence France-Presse* (AFP) yang berpusat di Paris, Perancis merupakan agensi berita tertua di dunia. Ia ditubuhkan pada tahun 1835 oleh Charles-Loius Havas, bapa kewartawanan sejagat ([www.afp.com](http://www.afp.com)). Kini, AFP merupakan agensi berita ketiga terbesar di dunia dengan jumlah petugas seramai 2,000 di 150 biro di seluruh dunia. Perkhidmatan AFP termasuk teks, foto, audio dan video yang disebarkan dalam bahasa Arab, Inggeris, Perancis, Jerman, Sepanyol, dan Portugis kepada para pelanggannya yang terdiri daripada 500 buah akhbar, 350 radio dan 200 televisyen serta 99 agensi berita kebangsaan negara lain. AFP mempunyai 50 pelanggan media di Amerika Syarikat (Vivian 2002).

### **United Press International**

*United Press International* (UPI) ditubuhkan pada tahun 1958. Pada tahun 1989, UPI mengambil lebih kurang 1,200 orang pekerja dan 800 daripada mereka terlibat dalam usaha mengumpulkan berita peringkat antarabangsa secara sepenuh masa. UPI menyediakan berita dan maklumat kepada lebih 3,000 pelanggan yang terdiri daripada syarikat media, perniagaan dan pelanggan kerajaan. UPI mempunyai 180 biro di 90 buah negara (Merrill, 1997).

### **Agensi**

“Agensi” bermaksud sumber diperoleh daripada sekurang-kurangnya dua buah agensi berita antarabangsa seperti Reuters, AFP, dan AP. Berita-berita daripada agensi-agensi tersebut digabungkan dan dijadikan sebuah berita oleh akhbar-akhbar tempatan.

## **PENDEKATAN KAJIAN**

Kajian ini dijalankan untuk melihat peratusan, kekerapan serta perbezaan jumlah penggunaan berita, berita utama sukan dan berita sukan pada muka depan dan halaman sukan yang dipetik daripada agensi berita antarabangsa antara *UM* dengan *NST* tentang kejohanan ini. Kajian ini juga melihat perbezaan jumlah penggunaan foto kejohanan tersebut yang disiarkan dalam *UM* dan *NST*.

Kajian ini menggunakan kaedah analisis kandungan. Kedua-dua akhbar, *UM* dan *NST* akan dianalisis melalui kaedah ini. Tempoh analisis bermula dari 1 Jun 2002 hingga 1 Julai 2002. Kajian ini mengkaji jumlah berita dan foto yang diperoleh daripada agensi-agensi berita antarabangsa.

Kajian bertajuk *Pengaliran Berita Antarabangsa: Kes Malaysia* (1989) menunjukkan akhbar-akhbar tempatan paling banyak menggunakan berita yang dibekalkan oleh agensi berita antarabangsa, didahului oleh *Reuters*, iaitu 28.5 peratus, diikuti oleh AP sebanyak 8.3 peratus, UPI 5.6 peratus dan AFP 4.8 peratus. Daripada 2,501 berita luar negara yang dikaji, kajian itu mendapati *NST* paling banyak menggunakan berita luar negara iaitu 15.4 peratus, diikuti *The Star* sebanyak 13.6 peratus dan *UM* hanya 4 peratus. Berita sukan merupakan kategori kedua paling banyak digunakan iaitu 15.7 peratus, selepas berita politik, 20 peratus. Kajian juga menunjukkan bahawa Perkhidmatan Berita Luar Negeri Bernama dilanggan oleh 21 akhbar yang dikaji, *Reuters* oleh 18 akhbar, AP oleh 13 akhbar, AFP oleh 12 akhbar, dan UPI oleh 14 akhbar (Mohd Safar Hasim 1991).

Cho dan Lacy (1999) telah mengkaji pengaliran berita antarabangsa di akhbar-akhbar harian tempatan di Jepun. Berita sukan dalam kajian ini meliputi kejohanan sukan antarabangsa, acara-acara sukan dan kumpulan atau pasukan sukan. Kajian ini mendapati bahawa sebanyak 17.47 peratus berita yang disiarkan merupakan berita sukan antarabangsa. Selebihnya ialah berita berkaitan sosial (47.12 peratus), politik (21.37 peratus) dan ekonomi (13.07 peratus). Ia juga menunjukkan bahawa akhbar yang diterbitkan pada sebelah pagi lebih banyak menyiarkan berita sukan antarabangsa iaitu 21.2 peratus berbanding akhbar terbitan pada sebelah petang iaitu hanya 11.8 peratus. Secara keseluruhan, kajian mereka mendapati bahawa 7 peratus ruangan dalam 48 akhbar harian tempatan di Jepun memuatkan berita antarabangsa dalam tempoh enam bulan kajian dijalankan.

Riffe dan Shaw (1982) dalam kajian mereka mendapati bahawa sebahagian besar liputan mengenai berita Dunia Ketiga dalam akhbar *The New York Times* dan *The Chicago Tribune* dalam tempoh 10 tahun banyak mengandungi berita mengenai politik dalaman dan hubungan antarabangsa. Stevenson dan Cole (1984) pula dalam kajian mereka bertajuk *Patterns of Foreign News* mengkaji data-data berita antarabangsa di 17 buah negara. Didapati berita-berita politik merupakan penyumbang terbesar iaitu antara 25 peratus hingga 50 peratus kepada berita-berita antarabangsa di dalam akhbar negara-negara yang dikaji itu manakala berita ekonomi dan ketenteraan meliputi 10 peratus daripada jumlah liputan berita antarabangsa.

Kajian analisis kandungan turut dilakukan Lester dan Miller (1995) yang tertumpu kepada empat akhbar utama di Amerika Syarikat iaitu *The New York Times*, *Chicago Tribune*, *New Orleans Times-Picayune* dan *San Francisco Chronicle*. Kajian mereka adalah mengenai liputan foto terhadap rakyat Amerika berketurunan Afrika. Kajian tersebut mendapati bahawa terdapat peningkatan komunikasi visual terhadap masyarakat ini di akhbar-akhbar tersebut. Secara keseluruhan, peratusan foto mengenai masyarakat ini melebihi 11.3 peratus, menyamai peratusan jumlah masyarakat ini di Amerika. Walau bagaimanapun, peratusan foto yang tinggi tidak memberi kelebihan kepada masyarakat ini kerana foto yang ditonjolkan adalah berkaitan jenayah, sukan, dan hiburan.

## **PENEMUAN**

Hasil kajian menunjukkan bahawa kedua-dua akhbar cenderung menggunakan bahan-bahan berita yang dipetik daripada agensi-agensi media antarabangsa termasuk agensi, AFP, *Reuters* dan AP. Akhbar *NST* banyak menggunakan bahan berita daripada *Reuters* iaitu sebanyak 38.6 peratus, diikuti AFP (30.8 peratus), AP (6.1 peratus) dan agensi (4.3 peratus). 20.1 peratus lagi tidak dinyatakan sumbernya. Akhbar *UM* juga memilih berita-berita daripada *Reuters* iaitu 41.5 peratus, diikuti AFP (31.9 peratus), AP (14.9 peratus), Agensi (7.9 peratus) manakala 3.8 peratus tidak dinyatakan sumbernya. Kajian menunjukkan kedua-dua akhbar cenderung

menggunakan bahan berita daripada Reuters dan AFP berbanding agensi berita lain (lihat Jadual 1).

**Jadual 1: Berita yang dipetik daripada agensi berita antarabangsa oleh akhbar *NST* dan *UM*.**

<b>Agensi Berita</b>	<b><i>NST</i></b>		<b><i>UM</i></b>	
	<b>f</b>	<b>%</b>	<b>f</b>	<b>%</b>
Reuters	289	38.6%	195	41.5%
AFP	231	30.8%	150	31.9%
AP	46	6.1%	70	14.9%
Agensi	32	4.3%	37	7.9%
Tidak dinyatakan	151	20.1%	18	3.8%
<b><i>Jumlah</i></b>	<b>749</b>	<b>100.0%</b>	<b>470</b>	<b>100.0%</b>

Bagi kategori berita utama pada halaman sukan seperti yang ditunjukkan di dalam Jadual 2, kebanyakan berita sukan dalam *NST* dipetik daripada Reuters sebanyak 51.6 peratus (16 daripada 31 berita), diikuti AFP (42 peratus) dan AP (3.2 peratus). *UM* juga banyak memetik berita-berita daripada Reuters untuk berita utamanya iaitu 42.0 peratus, diikuti agensi (32.2 peratus), AFP (19.3 peratus) dan AP (6.7 peratus). Pada halaman utama sukan menunjukkan bahawa *NST* lebih banyak menggunakan berita yang dibekalkan oleh Reuters dan AFP, sementara *UM* lebih tertumpu kepada Reuters dan Agensi.

**Jadual 2: Berita utama pada halaman sukan yang dipetik daripada agensi berita antarabangsa oleh akhbar *NST* dan *UM*.**

<b>Agensi Berita</b>	<b><i>NST</i></b>		<b><i>UM</i></b>	
	<b>f</b>	<b>%</b>	<b>f</b>	<b>%</b>
Reuters	16	51.6%	13	42.0%
AFP	13	42.0%	6	19.3%
AP	1	3.2%	2	6.7%
Agensi	1	3.2%	10	32.2%
<b><i>Jumlah</i></b>	<b>31</b>	<b>100%</b>	<b>31</b>	<b>100%</b>

**Jadual 3: Berita Kejohanan Piala Dunia pada muka depan yang dipetik daripada agensi berita antarabangsa yang disiarkan oleh akhbar *NST* dan *UM*.**

<b>Agensi Berita</b>	<b><i>NST</i></b>		<b><i>UM</i></b>	
	<b>f</b>	<b>%</b>	<b>f</b>	<b>%</b>
Reuters	0	0.0%	11	2.5%
AFP	0	0.0%	3	37.5%
AP	1	100.0%	0	0.0%
Agensi	0	0.0%	4	50.0%
<b><i>Jumlah</i></b>	<b>1</b>	<b>100.0%</b>	<b>8</b>	<b>100.0%</b>

Berdasarkan Jadual 3 di atas, kajian mendapati *UM* lebih banyak menyiarkan berita Piala Dunia yang dipetik daripada agensi berita antarabangsa pada muka depannya iaitu 8 buah berita

berbanding akhbar *NST* (1 sahaja). *UM* banyak memetik berita daripada agensi (50%) dan AFP (37.5%) manakala *NST* hanya memetik berita berkenaan daripada AP sahaja. Dari segi penggunaan foto pada muka depan bagi mengukuhkan sesebuah berita, didapati *UM* lebih banyak menyiarkan foto berbanding *NST*.

**Jadual 4: Jumlah foto pada muka depan yang dipetik daripada agensi berita antarabangsa antara *NST* dengan *UM*.**

Agensi Berita	<i>NST</i>		<i>UM</i>	
	f	%	f	%
AP	4	33.33%	5	26.3%
AFP	2	16.67%	8	42.1%
Reuters	6	50.0%	4	21.1%
Agensi	0	0.0%	2	10.5%
<b>Jumlah</b>	<b>12</b>	<b>100.0%</b>	<b>19</b>	<b>100.0%</b>

Sepanjang kejohanan tersebut berlangsung, seperti yang ditunjukkan dalam Jadual 4, *UM* menyiarkan 19 keping foto berbanding hanya 12 oleh *NST*. Akhbar *UM* lebih banyak menggunakan foto daripada AFP iaitu sebanyak 42.1 peratus, diikuti daripada AP (26.3 peratus), Reuters (21.1 peratus) dan agensi (10.5 peratus) manakala *NST* banyak menggunakan foto Reuters, iaitu 50.0 peratus, diikuti AP (33.33 peratus) dan AFP (16.67 peratus).

**Jadual 5: Jumlah foto Piala Dunia mengikut kategori antara *NST* dengan *UM*.**

Foto	<i>NST</i>		<i>UM</i>	
	f	%	f	%
Aksi perlawanan	186	30.2%	127	27.4%
Bukan aksi perlawanan	430	69.8%	337	72.6%
<b>Jumlah</b>	<b>616</b>	<b>100.0%</b>	<b>464</b>	<b>100.0%</b>

Dari segi penggunaan foto, Jadual 5 menunjukkan akhbar *NST* menggunakan 616 keping foto pelbagai aksi kejohanan tersebut berbanding *UM* hanya 464 keping. Daripada jumlah itu, 30.2 peratus foto dalam *NST* terdiri daripada aksi perlawanan manakala 69.8 peratus merupakan foto yang bukan berkaitan dengan aksi perlawanan dalam kejohanan itu. *UM* pula menggunakan 27.4 peratus foto daripada aksi perlawanan dan selebihnya ialah foto bukan perlawanan. Ini bermakna, akhbar *NST* lebih banyak menyiarkan foto aksi perlawanan daripada kejohanan itu berbanding *UM*.

**Jadual 6: Kekekapan penggunaan foto yang dipetik daripada agensi berita antarabangsa antara *NST* dengan *UM*.**

Perkara	<i>NST</i>		<i>UM</i>	
	f	%	f	%
Minimum Setiap keluaran	14	2.3%	6	1.3%
Maksimum Setiap keluaran	27	4.4%	26	5.6%

Dari segi kekerapan penggunaan foto dalam setiap keluaran, kajian mendapati bahawa antara 2.3 peratus hingga 4.4 peratus daripada keseluruhan foto dalam akhbar *NST* berkaitan dengan Piala Dunia, manakala kekerapan penggunaan foto dalam *UM* yang berkaitan dengan kejohanan tersebut adalah antara 1.3 peratus hingga 5.6 peratus foto (Jadual 6). Kekerapan minimum menunjukkan perbezaan yang begitu ketara, iaitu *NST* sebanyak 2.3 peratus (14 keping) berbanding *UM* sebanyak 1.3 peratus (6 keping). Kekerapan maksimum pula menunjukkan *UM* menyiarkan foto sebanyak 5.6 peratus berbanding 4.4 peratus oleh *NST*.

**Jadual 7: Saiz berita dan foto terbesar dan terkecil yang disiarkan dalam akhbar *NST* dan *UM*.**

Saiz	<i>NST</i>	<i>UM</i>
Foto terkecil	36 inci persegi	15.6 inci persegi
Foto terbesar	187 inci persegi	173.25 inci persegi

Mengenai saiz foto yang menyokong berita utama Piala Dunia di halaman sukan, iaitu berita yang terletak pada bahagian atas lipatan dalam halaman sukan, saiznya berbeza-beza antara kedua-dua akhbar. Foto terkecil dalam *NST* bersaiz 36 inci persegi dan yang terbesar ialah 187 inci persegi. Saiz foto terbesar dalam *UM* pada halaman utama sukan pula bersaiz 173.25 inci manakala yang terkecil ialah 15.6 inci persegi. Ini menunjukkan bahawa *NST* menggunakan foto yang lebih besar berbanding *UM* dalam laporan Piala Dunia mereka (Jadual 7).

Jadual 8 pula menunjukkan bahawa akhbar *NST* memberikan fokus foto kepada pasukan Brazil iaitu 15 peratus daripada 376 keping foto yang disiarkan. *UM* pula memberikan fokus kepada pasukan Korea Selatan, iaitu 14.3 peratus daripada 265 keping fotonya. Empat pasukan lain yang mendapat perhatian akhbar *NST* ialah Jerman (9.0 peratus), Korea Selatan (7.7 peratus), England (7.2 peratus) dan Turki (6.6 peratus). Akhbar *UM* turut memberikan fokus foto kepada pasukan Brazil (12.1 peratus), di samping Jerman (7.2 peratus), Turki (7.2 peratus), England (6.4 peratus) dan Sepanyol (6.4 peratus).

Hasil kajian ini mendapati perkara-perkara seperti yang berikut:

1. Wujud perbezaan yang signifikan dari segi jumlah berita agensi antarabangsa yang digunakan oleh kedua-dua akhbar yang dikaji mengenai kejohanan ini. Perbezaannya adalah signifikan dengan nilai  $t=6.820$ , dk (58);  $p<0.05$ . Perbezaan ini dijelaskan lagi dengan nilai min *NST* ialah 25.17 manakala nilai min *UM* ialah 15.87.
2. Tidak terdapat perbezaan yang signifikan dari segi berita utama yang dipetik daripada agensi antarabangsa yang digunakan pada halaman sukan kedua-dua akhbar. Nilai  $t=0.249$ , dk (58);  $p>0.05$ , dengan min *NST* ialah 1.17 berbanding *UM* bernilai 1.13.
3. Terdapat perbezaan yang signifikan dari segi jumlah foto mengenai kejohanan ini yang disiarkan oleh *NST* dan *UM* iaitu nilai  $t=4.048$ , dk (58);  $p<0.05$ . Perbezaan ini dijelaskan lagi dengan nilai min *NST* ialah 20.53 berbanding *UM* iaitu 15.47.
4. Tidak terdapat perbezaan yang signifikan dari segi jumlah penggunaan foto mengenai kejohanan ini yang disiarkan pada muka depan *NST* dan *UM*, iaitu nilai  $t=-1.683$ , dk (58);  $p>0.05$ . Dapatan ini dijelaskan lagi dengan nilai min *NST* adalah 0.37 berbanding *UM* dengan nilai minnya ialah 0.67.
5. Tidak terdapat perbezaan yang signifikan dari segi jumlah foto perlawanan mengenai kejohanan ini yang disiarkan oleh *NST* dan *UM* yang mendapati nilai

$t=1.949$ ,  $dk (47.385)$ ;  $p>0.05$ . Perbezaan ini dijelaskan lagi dengan nilai min *NST* adalah 6.20 berbanding nilai min *UM* ialah 4.23.

6. Terdapat perbezaan yang signifikan dari segi jumlah foto yang bukan berkenaan perlawanan yang disiarkan oleh *NST* dan *UM* dengan nilai  $t=2.823$ ,  $dk (58)$ ;  $p<0.05$ . Perbezaan ini dijelaskan lagi dengan nilai min *NST* ialah 14.57 berbanding *UM* dengan 11.27.

**Jadual 8: Jumlah foto yang memberi fokus kepada negara yang bertanding dalam akhbar *NST* dan *UM*.**

Negara	<i>NST</i>		<i>UM</i>	
	f	%	f	%
Brazil	56	15.0%	32	12.1%
Jerman	34	9.0%	19	7.2%
Korea Selatan	29	7.7%	38	14.3%
England	27	7.2%	17	6.4%
Turki	25	6.6%	19	7.2%
Perancis	21	5.6%	11	4.2%
Sepanyol	21	5.6%	17	6.4%
Itali	19	5.0%	15	5.7%
Senegal	17	4.5%	14	5.3%
Jepun	15	4.0%	16	6.0%
Argentina	12	3.2%	3	1.1%
Portugal	12	3.3%	5	1.9%
Denmark	9	2.4%	3	1.1%
Amerika Syarikat	8	2.1%	11	4.2%
Rep. Ireland	8	2.1%	5	1.9%
Swedan	8	2.1%	2	0.8%
Mexico	7	2.0%	9	3.4%
Nigeria	6	1.6%	2	0.8%
Rusia	6	1.6%	1	0.4%
Afrika Selatan	5	1.3%	1	0.4%
China	5	1.3%	2	0.8%
Ecuador	5	1.3%	0	0.0%
Cameroon	4	1.1%	3	1.1%
Paraguay	4	1.1%	1	0.4%
Costa Rica	3	0.8%	4	1.5%
Slovenia	3	0.8%	2	0.8%
Belgium	2	0.5%	3	1.1%
Poland	2	0.5%	1	0.4%
Uruguay	2	0.5%	1	0.4%
Tunisia	1	0.3%	2	0.8%
Arab Saudi	0	0.0%	3	1.1%
Croatia	0	0.0%	3	1.1%
<b>Jumlah</b>	<b>376</b>	<b>100.0%</b>	<b>265</b>	<b>100.0%</b>



Jadual 9 : Ujian-t ke atas kategori-kategori yang terdapat antara NST dengan UM

Kategori	Akhbar	n	Min	dk	t
Berita dari agensi a/bangsa	<i>NST</i>	31	25.17	58	6.820*
	<i>UM</i>	31	15.87		
Berita dari agensi a/bangsa bagi berita utama sukan	<i>NST</i>	31	1.17	58	0.249*
	<i>UM</i>	31	1.13		
Jumlah foto	<i>NST</i>	31	20.53	58	4.048*
	<i>UM</i>	31	15.47		
Jumlah foto pada muka depan	<i>NST</i>	31	0.37	58	-1.683*
	<i>UM</i>	31	0.67		
Jumlah foto perlawanan	<i>NST</i>	31	6.20	47.385	1.949*
	<i>UM</i>	31	4.23		
Jumlah foto bukan perlawanan	<i>NST</i>	31	14.57	58	2.823*
	<i>UM</i>	31	11.27		

\* $P < 0.05$ ,

n = bilangan subjek, min = kekerapan, dk = darjah kebebasan, t = nilai t

## PERBINCANGAN

Dalam bidang persuratkhabaran, telah menjadi amalan yang menyaksikan akhbar-akhbar memetik berita yang dilaporkan oleh agensi berita antarabangsa seperti Reuters, AP, dan AFP. Sepanjang kejohanan ini berlangsung, kajian mendapati kedua-dua akhbar yang dikaji cenderung menggunakan bahan-bahan berita yang dipetik daripada agensi media utama antarabangsa tersebut. Kajian ini mendapati akhbar *NST* dan *UM* banyak menggunakan bahan berita daripada Reuters, diikuti AFP, AP, dan agensi.

Bagi kategori berita utama pada halaman sukan, kedua-dua akhbar *NST* dan *UM* banyak memetik berita-berita daripada Reuters, AFP, dan AP. Tindakan ini menunjukkan bahawa masih berlaku pengaliran berita daripada agensi-agensi berita antarabangsa ke negara sedang membangun seperti Malaysia. Ini juga menunjukkan bahawa akhbar-akhbar tempatan yang dikaji banyak bergantung kepada agensi berita berkenaan untuk mendapatkan berita-berita luar negara. Oleh sebab itu, sepanjang Kejohanan Bola Sepak Piala Dunia berlangsung, kedua-dua

akhbar tersebut masih bergantung pada agensi-agensi berita antarabangsa untuk mendapatkan bahan berita mereka.

Hasil kajian ini hampir sama dengan dapatan kajian Mohd Safar Hasim (1989) yang menunjukkan akhbar-akhbar tempatan paling banyak menggunakan berita yang dibekalkan oleh agensi berita antarabangsa termasuk Reuters, AP, UPI dan AFP. Ini termasuklah berita sukan yang merupakan kategori yang kedua paling banyak digunakan selepas berita politik.

Foto boleh menghasilkan pelbagai tafsiran oleh pembaca. Foto juga merupakan bahagian yang penting dalam akhbar moden. Menurut Harris, Leiter dan Johnson (1989), foto dapat “menggantikan” perkataan dan berita. Foto menjelaskan sesuatu situasi dengan tepat, jelas dan mudah. Foto juga memberikan corak yang lebih menarik kepada akhbar di samping memudahkan pembacaan. Tidak dapat dinafikan bahawa foto merupakan unsur yang boleh dianggap penting dalam reka bentuk sesebuah akhbar. Penggunaan foto amat penting dalam sesuatu laporan berita kerana selain mengukuhkan sesebuah berita itu, ia juga mampu menonjolkan aksi-aksi hebat yang akan menarik minat pembaca.

Berdasarkan faktor-faktor ini, maka kajian mendapati kedua-dua akhbar *NST* dan *UM* menggunakan foto pelbagai aksi yang berlaku sepanjang kejohanan dunia itu. *NST* pernah menyiarkan sebanyak 27 keping foto dan *UM* sebanyak 26 keping foto dalam sehari. Secara purata, *NST* menyiarkan sebanyak 20.53 keping sehari berbanding *UM* hanya 15.47. Walau bagaimanapun, kedua-dua akhbar lebih banyak menyiarkan foto yang bukan melibatkan perlawanan. Foto-foto dalam kategori ini melibatkan foto individu (pemain dan pengurus), latihan yang dilakukan, penyokong, dan sebagainya.

Kedua-dua akhbar memperoleh foto-foto kejohanan ini daripada agensi-agensi berita antarabangsa iaitu Reuters, AP, AFP dan agensi. Dari segi saiz foto, didapati *NST* pernah menyiarkan sekeping foto terbesar bersaiz 187 inci persegi berbanding *UM* yang sebesar 173.25 inci. Foto terbesar yang disiarkan oleh *NST* ialah foto ketua pasukan Brazil, Cafu yang sedang menjulang trofi piala dunia selepas pasukan itu berjaya menewaskan Jerman 2-0 dalam perlawanan akhir yang meliputi dua pertiga halaman utama sukan pada 1 Julai 2002. Foto terbesar yang tersiar dalam *UM* pula adalah mengenai ketua pasukan Brazil, Cafu menjulang trofi juara dunia sambil diraikan oleh rakan sepasukan yang meliputi hampir separuh muka depannya (1 Julai 2002).

Kajian menunjukkan hampir semua foto yang digunakan oleh kedua-dua akhbar tersebut mempunyai keterangan yang ditulis di bawah foto tersebut. Harris, Leiter dan Johnson (1989) berpendapat keterangan foto haruslah ringkas dan menceritakan hal-hal berhubung dengan foto serta memperkenalkan orang-orang yang kelihatan di dalamnya. Contoh keterangan foto adalah dalam *UM* (1 Julai 2002) pada muka depannya iaitu “Ketua pasukan Brazil, Cafu menjulang Piala Dunia di atas pentas hadiah sambil rakan sepasukan meraikan kejayaan skuad samba memenangi perlawanan akhir menewaskan Jerman 2-0 untuk bergelar juara dunia kali kelima di Stadium Yokohama, Jepun, semalam” (Reuters). Pada muka depan *NST* (1 Julai 2002) pula keterangan fotonya adalah seperti yang berikut: “*We’re the champs: Ronaldo holding up the World Cup trophy while celebrating with Brazilian teammates their victory over Germany in the final match in Yokohama, Japan, yesterday*” (Reuters).

Foto-foto di halaman depan akhbar *NST* dan *UM* banyak melibatkan pasukan Brazil, Korea Selatan, dan England. Ini disebabkan kedua-dua akhbar ini menyiarkan berita mengenai ketiga-tiga pasukan tersebut di halaman depan dan bagi mengukuhkan laporan itu, akhbar-akhbar ini memasukkan foto-foto menarik tentang pasukan-pasukan tersebut. Akhbar *UM* menyiarkan 19 keping foto dan daripada jumlah itu sebanyak 121 keping foto melibatkan

pasukan-pasukan tersebut. Di akhbar *NST* pula, 7 daripada 13 keping foto di halaman depan melibatkan aksi perlawanan dan bukan perlawanan pasukan-pasukan tersebut.

Kajian ini dapat dikaitkan dengan Teori Penentuan Agenda yang diperkenalkan oleh McCombs dan Shaw (1972). Fungsi pembentukan agenda media massa merujuk kepada keupayaan media massa untuk memilih dan menekankan isu-isu tertentu berulang kali dan seterusnya menyebabkan isu-isu tersebut menjadi semakin penting kepada publik (Severin & Tankard 2001). Kedua-dua akhbar juga telah menentukan agenda mereka iaitu dengan memberi fokus kepada berita-berita dan foto pasukan-pasukan tertentu iaitu Brazil, Korea Selatan, dan England. Penumpuan foto diberikan kepada pasukan Brazil bukan sahaja disebabkan oleh kejayaan pasukan ini menjuarai kejohanan pada kali ini, tetapi pasukan ini menduduki ranking kedua dunia serta mempunyai ramai peminat di negara ini. Pasukan Korea Selatan pula mendapat perhatian lebih daripada *NST* dan *UM* disebabkan pasukan ini telah mencipta sejarah sebagai pasukan Asia pertama yang berjaya sampai ke tahap tersebut iaitu tempat keempat. Ini merupakan satu perkembangan menarik dalam kejohanan tersebut. Pasukan England merupakan antara pasukan yang dianggap *favourite* untuk menjuarai kejohanan ini serta paling popular di kalangan peminat tempatan walaupun pasukan itu hanya berjaya ke peringkat suku akhir.

## RUMUSAN

Secara keseluruhannya, kedua-dua akhbar yang dikaji, *NST* dan *UM*, cenderung menggunakan berita dan foto daripada agensi berita antarabangsa, iaitu Reuters, AP, dan AFP serta Agensi di sepanjang Kejohanan Bola Sepak Piala Dunia 2002. Secara perbandingan, kajian menunjukkan bahawa *NST* berbeza secara signifikan berbanding *UM* dalam beberapa aspek yang dikaji iaitu jumlah berita mengenai Piala Dunia yang menggunakan berita dan foto daripada agensi berita antarabangsa. Laporan berita utama di halaman sukan menunjukkan *NST* banyak memetik sumber daripada agensi Reuters dan AFP, sementara *UM* menggunakan bahan berita Reuters dan Agensi. Akhbar *NST* banyak menggunakan foto pasukan juara, Brazil dan naib juara, Jerman berbanding *UM* yang banyak menyiarkan foto-foto pasukan Korea Selatan dan Brazil.

## RUJUKAN

- Cho, H. & Lacy, S. 1999. International News Coverage in Local Japanese Newspapers. *WJMC* 2 : 2 *Mac*. (lihat [www.scripps.ohiou.edu/wjmcr/vol02/2a.HTM](http://www.scripps.ohiou.edu/wjmcr/vol02/2a.HTM)).
- Hariss, J., Leiter, K. & Johnson, S. 1989. *Panduan Lengkap Pemberita* (terj.) Kuala Lumpur: Dewan Bahasa dan Pustaka.
- Lester, P.M. & Miller, R.E. 1996. *African American Pictorial Coverage in Four U.S. Newspapers, 1995*. Presentation at the AEJMC conference in Anaheim, California, August.
- Mencher, M. 2000. *News Reporting and Writing* (8<sup>th</sup>. Ed). Boston: McGraw Hill.
- Merrill, J.C. 1997. *Kewartawanan Sejagat* (terj. Perniagaan Yamin). Kuala Lumpur: Dewan Bahasa dan Pustaka.
- Mohd Safar Hasim. 1991. *Pengaliran Berita Antarabangsa di Malaysia*. Kuala Lumpur: Dewan Bahasa dan Pustaka.
- Parrish, F.S. 2002. *Photojournalism: An Introduction*. Belmont: Wadsworth/Thomson Learning.
- Rich, C. 1993. *Writing and Reporting News*. Belmont, California: Wadsworth Publishing Company.
- Riffe, Daniel & Shaw, Eugene. 1982. Conflict and Consonance: Coverage of Third World in Two U.S. papers. *Journalisme Quarterly* 59 (Winter): 617-626.

- Severin, W.J. & Tankard, J.W. 2001. *Communication Theories: Origin, methods, and uses in the mass media* (5<sup>th</sup>.ed). New York: Addison Wesley Longman.
- Stevenson, R.L. & Cole, R. 1984. Patterns of Foreign News. *Foreign News and the New World Information Order*. dlm. Robert L. Stevenson and Donald Shaw. Iowa: The Iowa State University Press.
- Vivian, J. 2002. *The Media of Mass Communication* (6<sup>th</sup>. Ed). Boston: Allyn & Bacon.
- Massa*. 2002. Bil. 345, 1-7 Jun.
- Massa*. 2002. Bil. 345, 8-14 Jun.
- Massa*. 2002. Bil. 350, 6-12 Julai.
- Mingguan Malaysia*, 3 Mac 2002.
- New Straits Times*, 1 Jun-1 Julai 2002.
- New Straits Times*, 29 Mei, 2002.
- Time*, 20 Julai, 1998.
- Utusan Malaysia*. 1 Jun-1 Julai 2002.
- Utusan Malaysia*, 23 Mei 2002.
- World Cup 2002*. 2002. Kuala Lumpur: Twenty First Century Media Sdn Bhd.
- [www.about.reuters.com/aboutus/history/](http://www.about.reuters.com/aboutus/history/)
- [www.ap.org/pages/history/origins.htm](http://www.ap.org/pages/history/origins.htm)
- [www.afp.com/english/afp/?cat=history](http://www.afp.com/english/afp/?cat=history)
- [www.fifaworldcup.yahoo.com/02/en/news](http://www.fifaworldcup.yahoo.com/02/en/news)