

TEORI DALAM PENYELIDIKAN MEDIA: ANALISIS TAHUN 2002 HINGGA 2012

(Theories in Media Research: Analysis of Year 2002 to 2012)

Mohd Sobhi Ishak, Azahar Kasim, Awan Ismail & Norsiah Abdul Hamid

ABSTRAK

Artikel ini mengetengahkan kajian yang dijalankan bagi mengenal pasti teori penyelidikan media di seluruh dunia berdasarkan artikel-artikel akademik dalam pangkalan data akademik dalam talian serta mengenal pasti bidang-bidang media yang menjadi tumpuan penyelidikan. Artikel ini turut membincangkan lapan teori utama yang paling kerap diaplikasikan dalam kajian media iaitu Teori Pemupukan, Penentuan Agenda, Kekayaan Media, Kegunaan dan Kepuasan, *Gatekeeping*, Model Penerimaan Teknologi, Difusi Inovasi, dan Teori Gabungan Penerimaan dan Penggunaan Teknologi. Pendekatan penelitian literatur diaplikasikan bagi mengenal pasti teori yang digunakan oleh penyelidikan media sepanjang tahun 2002 hingga 2012 berdasarkan artikel-artikel yang diterbitkan dalam pangkalan data akademik yang dilanggan oleh Perpustakaan Universiti Utara Malaysia. Akses terhadap empat pangkalan data dengan menggunakan kata kunci yang berkaitan telah menghasilkan carian sebanyak 2,366 artikel penyelidikan media yang diterbitkan di dalam 951 kategori jurnal untuk tempoh 2002 hingga 2012. Trend penyelidikan media sepanjang satu dekad tersebut menunjukkan media adalah bidang inter-disiplin yang fleksibel. Disebabkan itu, artikel-artikel yang diperoleh dalam kajian ini tidak terkhusus kepada jurnal media semata-mata. Perbincangan terhadap media dalam bidang kajian yang berbeza membolehkannya diperlihatkan dari perspektif yang pelbagai yang akhirnya menyaksikan kajian media diterbitkan dalam jurnal dengan tahap impak yang berbeza.

Kata kunci: Media, Teori, Pangkalan Data Akademik, Penelitian Literatur, Dalam Talian.

ABSTRACT

This article highlights a study conducted to identify media research theories around the world based on academic articles in online academic databases, as well as identifying the areas of media that have been focused in research. This article also discusses eight major theories most frequently applied in media studies, namely Cultivation Theory, Agenda Setting, Media Richness, Uses and Gratification, Gatekeeping, Technology Acceptance Model, Innovation Diffusion Theory, and Unified Theory of Acceptance and Use of Technology. The literature research approach was applied to identify the theories used by media research throughout the years 2002 to 2012 based on articles published in the academic databases subscribed by the Universiti Utara Malaysia Library. Access to four databases using relevant keywords resulted in a search of 2,366 media research articles published in 951 journal categories for the period of 2002 to 2012. The trend of the decade of media research shows that media is a flexible inter-disciplinary field. Because of this, the articles obtained in this study were not specific to

the media journal alone. Discussions on the media in different areas of research enable it to be presented from a diverse perspective that ultimately witnessed media studies published in journals with different levels of impact.

Keywords: Media, Theory, Academic Databases, Literature Research, Online.

PENGENALAN

Pengaruh media kepada masyarakat telah mendorong penghasilan kajian media secara menyeluruh. Kajian dalam bidang media bermula apabila industri media mula berkembang dan mendapat tempat dalam kehidupan masyarakat (Macnamara, 2003a; Wimmer & Dominic, 2011). Bermula daripada mengenal pasti kesan media massa dalam konteks politik, keganasan, perkauman dan wanita, media mula dilihat sebagai medium maklumat yang berpengaruh. Lantaran itu, ia telah menarik perhatian kebanyakan organisasi dan perniagaan untuk menjadikan media sebagai rangkaian pengiklanan dan platform untuk membina hubungan dengan pelanggan (Macnamara, 2003a). Akhirnya, ia turut menarik perhatian para sarjana untuk menjadikan media sebagai satu bidang ilmu yang bertujuan membincang dan membahaskan peranan, pengaruh dan kesan media dari pelbagai sudut pandang. Pengajian media sememangnya diminati di kebanyakan Universiti Awam dalam pelbagai peringkat pengajian sama ada ijazah sarjana muda, sarjana mahupun doktor falsafah. Sungguhpun demikian, disebabkan pengajian media pada peringkat lebih tinggi iaitu sarjana dan doktor falsafah di Malaysia jarang diteruskan oleh penggiat industri disebabkan pelbagai tuntutan dan kekangan kerja, maka penghasilan penyelidikan akademik tidak digerakkan dengan baik. Hal ini turut menyebabkan penerbitan ilmiah melalui penghasilan artikel jurnal juga merosot. Penelitian dalam pangkalan data akademik berkaitan penyelidikan media perlu diusahakan supaya perkembangan semasa ilmu media dapat diteroka dengan lebih berkesan.

Pengajian komunikasi dan media di Malaysia telah bermula sejak tahun 1970. Pelbagai perubahan dan pengstrukturkan telah dilaksanakan sehingga kini khususnya dari sudut kurikulum (COHECS, 2010). Selaras dengan perkembangan industri media yang turut menawarkan pelbagai peluang pekerjaan kepada graduan, kini bidang komunikasi dan media semakin mendapat tempat dalam kalangan masyarakat Malaysia dan dunia sebagai bidang pilihan pengajian. Dalam pada itu, industri media dilihat semakin menekan dari sudut kualiti graduan. Para majikan tidak lagi hanya memfokuskan kepada mutu persembahan tetapi juga dari sudut kepelbagaian pengisian ilmu (COHECS, 2010).

Kedadaan ini akhirnya menuntut kepada tindakan pengstrukturkan semula program pengajian supaya bidang ilmu berkenaan mampu untuk melahirkan graduan yang memahami konsep ilmu dengan lebih baik. Dunia penyelidikan adalah antara yang terpalit dengan pengstrukturkan tersebut. Tuntutan akademik ini bukan sahaja tertakluk kepada para pelajar dalam bidang media, malah kumpulan pensyarah sendiri. Sebagai pengamal akademik, para pensyarah perlu mempersiapkan diri dengan membina kepakarannya yang tersendiri dalam bidang di mana ia berada. Selain daripada untuk memenuhi keperluan Petunjuk Prestasi Utama (*Key Performance Indicator – KPI*), penghasilan pelbagai kajian berkenaan media juga bertujuan memperlihatkan pengaruh dan kesan keberadaan media di peringkat individu, komuniti dan organisasi. Bagi menyebarkan pengetahuan ini kepada masyarakat, hasil kajian akan dipersembahkan melalui kajian-kajian berimpak tinggi, penulisan buku dan artikel. Berdasarkan itu, kupasan dan perbincangan yang meluas akan mempelbagaikan lagi

trend penyelidikan terutama dari perspektif teori yang digunakan untuk melaksanakan sesuatu kajian.

Sorotan literatur menunjukkan kebanyakan kajian media tidak mempamerkan tahap pengetahuan yang jelas dan menyeluruh khususnya dalam aspek teori. Kebanyakan kajian juga tidak menggunakan kerangka teoritikal yang dibina dengan jelas dan teliti dalam mengembangkan konsep kajian. Lantaran itu, bidang-bidang media juga tidak dapat diperlihatkan dengan jelas. Berdasarkan itu, dapat dikatakan bahawa kajian-kajian media sedia ada tidak terbina daripada asas yang kukuh dan tidak dikembangkan dari perspektif yang lebih kukuh.

OBJEKTIF KAJIAN

Objektif kajian ini ialah:

- i) Mengenal pasti teori penyelidikan media di seluruh dunia berdasarkan artikel-artikel akademik dalam pangkalan data akademik dalam talian.
- ii) Mengenal pasti bidang-bidang media yang menjadi tumpuan penyelidikan.

KEPENTINGAN KAJIAN

Dari perspektif teoritikal, trend penggunaan teori dalam kajian media yang diperlihatkan sepanjang tempoh tahun 2002 hingga 2012 memberi gambaran yang luas bahawa kajian media tidak terhad kepada teori dalam bidang media sahaja. Oleh kerana media adalah sub-bidang kepada komunikasi, secara logiknya kebanyakan teori dalam kajian media adalah pinjaman daripada bidang komunikasi. Bagi kajian rentas disiplin, gabungan bersama teori daripada bidang yang berbeza sering berlaku. Jadi, penganalisan trend penggunaan teori dalam kajian media ini akan memperlihatkan teori yang sering menjadi tumpuan penyelidikan sama ada ianya dari bidang media, komunikasi mahupun bidang yang lain. Berdasarkan itu, kajian ini bukan sahaja membuka ruang kefahaman mengenai teori dalam kajian media, malah membolehkan kajian akan datang menilai sama ada teori tersebut masih sesuai dan relevan untuk diaplikasikan dalam fenomena kajian media masa kini.

SKOP KAJIAN

Fokus kajian ini adalah untuk memperlihatkan secara keseluruhan trend semasa kajian dalam bidang media. Walau bagaimanapun, media adalah satu bidang yang bersifat interdisiplin di mana pendekatannya untuk menyelesaikan permasalahan dan membincangkan isu sosial kontemporari boleh diperlihatkan dari perspektif yang pelbagai. Media juga adalah bidang yang terbina daripada bidang komunikasi dan tidak dapat diasingkan bagi memperlihatkan ianya berdiri dengan sendiri. Justeru, kajian ini turut mengambil kira subjek-subjek tertentu dalam bidang komunikasi yang berkaitan dengan kajian media. Contohnya, teknologi komunikasi dan kewartawanan.

Kajian ini juga memfokuskan kepada jurnal-jurnal akademik berimpak dan berwasit yang diakses melalui pangkalan data akademik secara atas talian iaitu pangkalan data yang dilanggan oleh Perpustakaan Sultanah Bahiyah, UUM. Berdasarkan itu, ia tidak tertumpu kepada jurnal yang diterbitkan di dalam Malaysia sahaja, sebaliknya ia melibatkan kajian media di seluruh dunia yang diterbitkan sepanjang tahun 2002 hingga 2012. Kriteria pemilihan kajian adalah berdasarkan kajian media dalam bidang sains sosial sahaja. Pencarian artikel secara dalam talian ini hanya tertumpu kepada empat pangkalan data sahaja

iaitu *ProQuest*, *ScienceDirect*, *Scopus* dan *Web of Knowledge*. Pencarian dijalankan dengan berpandukan kepada empat kata kunci iaitu media baharu (*new media*), media massa (*mass media*), media sosial (*social media*), dan komunikasi massa (*mass communication*).

ULASAN KARYA

i) Perkembangan Industri Media

Secara umum, istilah media menerangkan mengenai medium komunikasi. Ia merujuk kepada medium komunikasi yang digunakan individu dan organisasi untuk menyampaikan dan menerima suatu informasi. Contohnya, telefon, majalah, akhbar, radio, televisyen, permainan video, telegraf, buku dan sebagainya (Ott & Mack, 2014). Selaras dengan arus perkembangan teknologi, pengoperasian media masa kini dilihat lebih terarah kepada teknologi beraras tinggi dan telah mempengaruhi hampir keseluruhan sistem rutin individu, komuniti dan organisasi. Petunjuk kepada kemajuan dan kegagalan media banyak bergantung kepada Amerika Syarikat dan Eropah (Mior Kamarul, 2016). Ini adalah kerana Amerika Syarikat dan Eropah seolah-olah telah diterima dunia sebagai penanda aras kepada kemajuan industri media dunia.

Perkembangan awal media bermula daripada kemunculan media cetak. Walaupun pengurusan dan penggunaannya melibatkan kos yang sangat tinggi, ia telah menyentuh hampir setiap aspek dalam kehidupan individu. Kajian oleh Ott dan Mack (2014) yang menganalisis industri media cetak khususnya akhbar dan majalah menunjukkan bahawa perkembangan industri media cetak berlaku secara ketara pada abad ke-19 dan abad ke-20. Namun, selepas tahun 1973, industri akhbar mula menunjukkan penurunan sebelum ianya diikuti oleh industri majalah sekitar tahun 2000 hingga 2010. Keadaan ini berlaku disebabkan oleh pengaruh elemen teknologi berasaskan Internet yang semakin menular ke dalam industri media.

Lantaran itu, industri media cetak memperlihatkan kemajuan melalui kemunculan akhbar dan majalah dalam saluran Internet atau lebih dirujuk sebagai *e-book*. Kesannya, kumpulan sasaran boleh dicapai pada tahap yang lebih besar kerana kos yang lebih rendah dan tahap akses yang lebih luas. Jelas bahawa teknologi Internet adalah pemangkin kepada perkembangan industri media. Namun, Mior Kamarul (2016) berpendapat kemunculan media baharu telah menggugat masa depan media cetak khususnya akhbar. Menurut Mior Kamarul (2016) lagi, krisis media di Amerika Syarikat dan Eropah bermula apabila munculnya media baharu melalui akses Internet. Rakyat atau pembaca boleh mendapatkan berita-berita penting melaluinya dengan lebih pantas berbanding media cetak dan media elektronik yang agak ketinggalan.

Perkembangan teknologi turut merevolusikan industri media penyiaran seperti radio dan televisyen. Teknologi dalam industri gelombang udara ini membolehkan proses penyampaian maklumat kepada masyarakat terlaksana secara global (Samsudin, 2001; Ott & Mack, 2014). Internet adalah hasil perkembangan teknologi yang telah merevolusikan seluruh konteks kehidupan individu. Melalui jaringan Internet, jaringan komunikasi menjadi semakin luas iaitu melalui hubungan dalam alam maya. Dalam hubungan antara individu, hubungan melalui jaringan Internet ini mendorong kepada pertukaran budaya kerana interaksi seharian individu tidak lagi terhad kepada rakan-rakan dengan budaya yang homegen tetapi lebih pelbagai (Samsudin, 2001). Berdasarkan itu, penerimaan dan penggunaan media mula

tertumpu kepada kumpulan media baharu yang menyediakan ruang komunikasi dan interaksi yang lebih terbuka. Media baharu adalah media yang berasaskan teknologi Internet atau web 2.0, menawarkan komunikasi dua hala, dilengkapi dengan ciri-ciri digital dan interaktif, menyampaikan mesej melalui teks, gambar, audio dan video dan bersifat janaan pengguna (Noraihan & Mohd Sobhi, 2013). Dari perspektif individu, media baharu telah mengubah tahap pengetahuan, keperluan dan jangkaan mereka dalam banyak perkara seperti pencarian dan perkongsian maklumat serta proses pembuatan keputusan (Ferguson, 2008; Gunelius, 2011; Jonscher, 2011).

Secara umum, media baharu kini lebih dikenali sebagai media sosial. Antara media baharu yang mendapat perhatian masyarakat di seluruh dunia sebagai medium komunikasi ialah Facebook, Instagram, Bebo, Twitter, Whatsapp dan WeChat. Berdasarkan ciri-ciri interaktif yang ada padanya, media sosial bukan sahaja menjadi pilihan individu untuk tujuan bersosial secara atas talian, malah berperanan sebagai platform pemasaran yang penting kepada organisasi perniagaan. Ini adalah kerana, media sosial sering menjadi tumpuan pengguna untuk mendapatkan informasi, berkongsi pandangan, melakukan aktiviti komunikasi dari mulut ke mulut (*Word-of-Mouth – WOM*), melakukan urus niaga dan sebagainya (Sin, Khalil & Agaga, 2012). Oleh itu, aktiviti promosi dan pemasaran perniagaan lebih mudah terlaksana.

Tidak dinafikan, perkembangan tahap penggunaan media baharu dalam kalangan individu dan organisasi adalah kesan daripada penerimaan masyarakat terhadap peranti komunikasi yang membolehkan akses kepada media dilakukan tanpa batasan waktu dan sempadan seperti telefon pintar. Bermaksud, peningkatan penggunaan telefon pintar dalam kalangan pengguna turut meningkatkan kadar penembusan Internet khususnya terhadap rangkaian laman sosial seperti Facebook, YouTube, Twitter, Instagram dan sebagainya. Selain bertujukan aktiviti sosial, kadar penembusan yang tinggi ini turut disumbangkan oleh aktiviti seperti perbankan Internet, carian pekerjaan, carian maklumat, kuliah atas talian dan sebagainya. Kajian oleh Ott dan Mack (2014) berpendapat media baharu merangkumi ciri-ciri seperti mobiliti, pemecahan (*fragmentation*), globalisasi (*globalization*) dan simulasi.

Kepelbagaian fenomena yang berlaku dalam masyarakat ini akhirnya telah membentuk pelbagai konsep kajian berkenaan media. Sorotan literatur menunjukkan konsep kajian seperti menganalisis trend, membuat ulasan dan membuat kajian semula terhadap kajian-kajian lalu berkenaan media semakin mendapat perhatian para sarjana. Antara kajian yang memperlihatkan semula kajian-kajian media ialah kajian oleh Liestol, Morrison dan Rasmussen (2003) yang mengkaji semula konsep berkenaan media digital. Pemfokusan kajian berkenaan adalah terhadap teori dan konseptual dalam domain digital. Macnamara (2003b) telah mengkaji semula kajian-kajian media untuk tempoh 50 tahun dengan memfokuskan kepada kesan media terhadap teori, ekonomi, politik dan budaya. Kajian oleh Sommer (2014) pula menganalisis sorotan literatur mengenai konsep budaya dalam kajian media. Tumpuannya adalah untuk melihat sejauh mana konsep budaya ditekankan sebagai objek dalam kajian media. Sementara itu, kajian oleh Ott dan Mack (2014) memperlihatkan kronologi perkembangan empat kategori media massa iaitu media cetak, wayang gambar dan rakaman bunyi (*motion picture and sound recording*), media penyiaran dan media baharu bermula dari abad ke-19 sehingga ke abad-21.

ii) Lanskap Kajian Media

Kajian media adalah satu disiplin ilmu yang memperlihatkan permasalahan dalam institusi media, sejarah media dan kesan media. Pelaksanaan kajian media merangkumi pelbagai teori dan metode dari disiplin ilmu yang berbeza (Sukmi, 2015). Dari perspektif sains sosial, pelaksanaan kajian media banyak tertumpu kepada faktor komunikasi, sosiologi, ekonomi, budaya dan impak daripada penggunaan media terhadap masyarakat. Sub topik berikutnya akan membincangkan mengenai trend kajian media dari sudut teori. Menurut Mior Kamarul (2016), di Amerika Syarikat, kajian mengenai media khususnya media ekonomi telah bermula sejak tahun 1977 lagi. Beliau mencadangkan agar lebih banyak kajian media dijalankan di Malaysia dari sudut media ekonomi dengan mengambil kira faktor dasar ekonomi, amalan syarikat media, sikap pengamal media dan kepentingan syarikat berkaitan media selain daripada bidang kewartawanan. Dalam pada itu, tumpuan juga terus diberikan kepada media baharu, penerbitan filem, program hiburan, media cetak, penyiaran, komunikasi mobil, Internet, pengiklanan dan perhubungan awam. Antara isu yang sering menjadi tumpuan dunia tetapi kurang ditekankan di Malaysia ialah hal pemilikan media, hak harta intelek, persaingan strategi ekonomi, ekonomi syarikat, cukai media dan sebagainya.

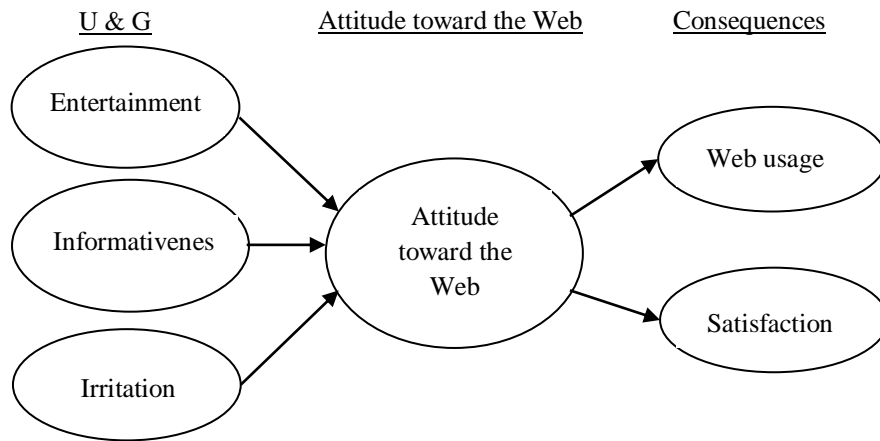
iii) Teori Kajian Media

Teori adalah satu sistem idea yang bertujuan untuk menerangkan sesuatu perkara berdasarkan idea-idea umum yang bebas daripada perkara yang diterangkan. Ia adalah alat penerangan dan tafsiran yang membolehkan seseorang memahami sesuatu perkara dan menghadkan pemahamannya berdasarkan konteks kajiannya (Ott & Mack, 2014). Oleh kerana media adalah bidang yang inter-disiplin, terdapat teori-teori yang dicerap daripada bidang yang berbeza yang akhirnya membentuk pelbagai acuan kajian media. Komunikasi adalah bidang yang paling banyak meminjatkan teorinya kepada kajian media.

Antara teori yang paling kerap diaplikasikan dalam kajian media ialah Teori Pemupukan (*Cultivation Theory*), Teori Penentuan Agenda (*Agenda Setting Theory*), Teori Kekayaan Media (*Media Richness Theory*), Kegunaan dan Kepuasan (*Uses and Gratification Theory*) dan Teori *Gatekeeping*. Selain itu, pengaruh teknologi yang menembusi bidang media turut memperlihatkan penggunaan teori dalam bidang teknologi. Antara teori teknologi yang kerap diguna pakai oleh kajian media ialah Model Penerimaan Teknologi (*Technology Acceptance Model - TAM*), Teori Difusi Inovasi (*Innovation Diffusion Theory*) dan Teori Gabungan Penerimaan dan Penggunaan Teknologi (*Unified Theory of Acceptance and Use Technology - UTAUT*). Sub topik berikut membincangkan beberapa teori yang popular dan kerap digunakan dalam kajian media.

a) Teori Kegunaan dan Kepuasan (*Uses and Gratification Theory*)

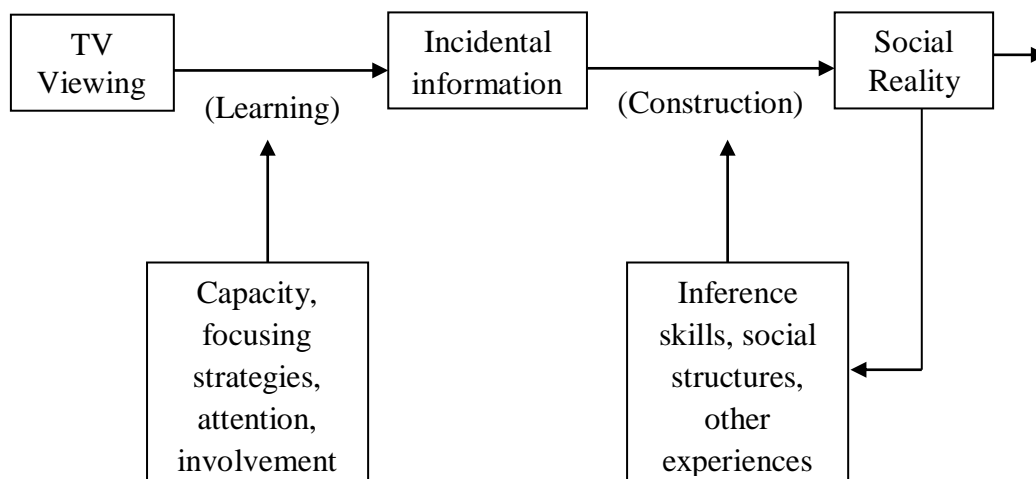
Secara umum, teori ini bertujuan untuk memahami tentang motif individu menggunakan suatu media massa dan bagaimana keperluan dan kepuasannya dapat dipenuhi melalui penggunaan tersebut. Teori ini mengandaikan bahawa audien bukanlah pengguna media yang pasif. Sebaliknya, mereka mempunyai kuasa untuk mentafsir dan mengintegrasikan media ke dalam kehidupan. Antara andaian lain dalam teori ini ialah audien diandaikan sebagai pengguna media yang aktif dan berorientasi dalam menggunakan media, dan media bersaing dengan media lain dalam memberi kepuasan kepada audien. Rajah 1 adalah model bagi Teori Kegunaan dan Kepuasan.



Rajah 1: Model Teori Kegunaan dan Kepuasan

ii) **Teori Pemupukan (*Cultivation Theory*)**

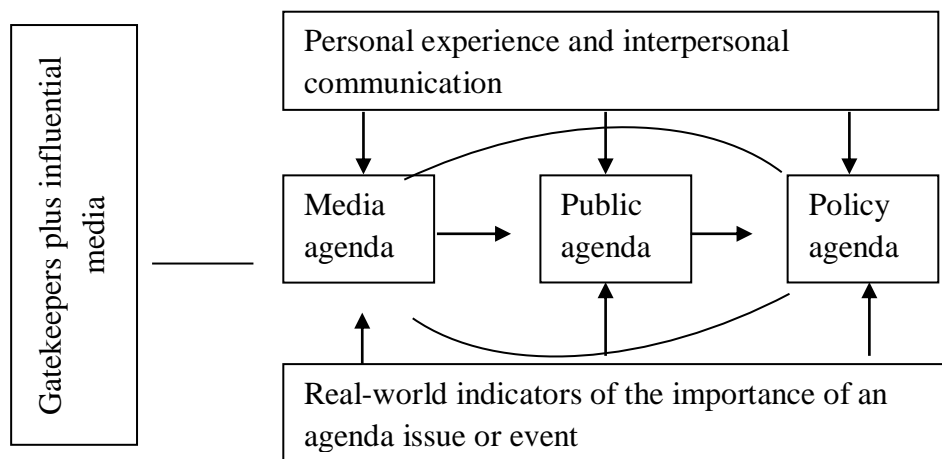
Teori ini dibangunkan oleh Gerbner dan Gross (1976). Ia bertujuan untuk menentukan kesan jangka panjang yang terhasil melalui tontonan televisyen. Ia mengandaikan bahawa semakin lama masa yang diperuntukkan individu untuk menonton televisyen, semakin tinggi kemungkinan mereka untuk mempercayai realiti sosial seperti mana yang digambarkan oleh televisyen. Teori ini terbina berdasarkan tiga teras andaian. Pertama ialah medium. Ia menerangkan bahawa televisyen secara dasarnya adalah berbeza dengan media massa yang lain. Kedua ialah audien. Ia menerangkan bahawa televisyen membentuk cara individu di dalam sesebuah masyarakat berfikir dan berhubung antara satu sama lain. Ketiga ialah fungsi medium terhadap audien yang lebih besar. Bermaksud, televisyen diandaikan memberi kesan yang terhad kepada audien. Rajah 2 adalah model bagi Teori Pemupukan.



Rajah 2: Model Teori Pemupukan

iii) Teori Penentuan Agenda (*Agenda Setting*)

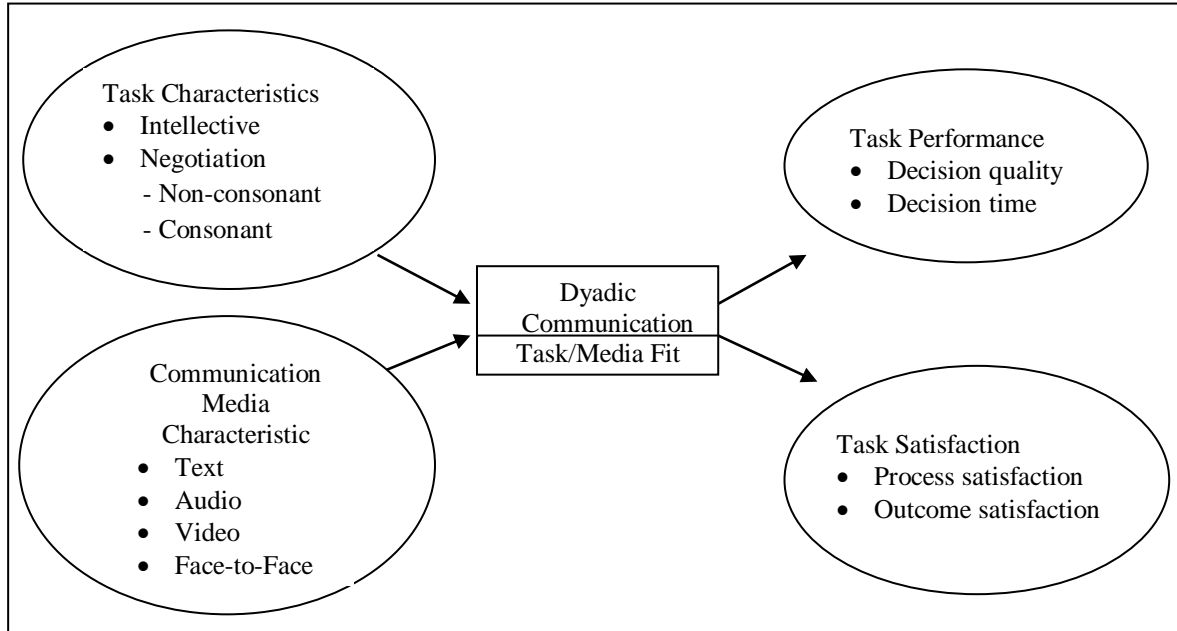
Teori Penentuan Agenda dibangunkan oleh McCombs dan Shaw (1968). Teori ini menerangkan tentang keupayaan media berita untuk mempengaruhi topik yang ditonjolkan mengenai agenda awam. Ini bermaksud, sekiranya suatu berita itu dipersembahkan dengan kerap dan jelas oleh media, audien akan menganggap bahawa isu tersebut adalah penting. Pembentukan teori ini adalah berdasarkan kesedaran awam dan kebimbangan mengenai isu-isu yang berkaitan dengan media berita. Dua andaian asas yang mendasari kajian yang menggunakan teori ini ialah pertama, akhbar dan media tidak mencerminkan realiti yang berlaku di mana mereka menapis dan membentuk sesuatu isu yang berlaku. Kedua, tumpuan media adalah terhadap suatu isu dan subjek yang boleh menarik perhatian umum untuk menganggap bahawa isu dan subjek tersebut adalah lebih penting berbanding isu-isu yang lain. Rajah 3 adalah model bagi Teori Penentuan Agenda.



Rajah 3: Model Teori Penentuan Agenda

iv) Teori Kekayaan Media (*Media Richness Theory – MRT*)

Teori Kekayaan Media telah dikemukakan oleh Daft dan Lengel (1984). Teori ini mengandaikan bahawa setiap media mempunyai ciri-ciri kekayaan yang tersendiri dalam menyampaikan maklumat. Berdasarkan itu, setiap media berkebarangkalian untuk menyampaikan maklumat yang berunsurkan keaburan dan tidak pasti. Justeru, pengguna media perlu mengenal pasti ciri-ciri media yang hendak digunakan supaya ia sesuai dengan jenis mesej yang hendak disampaikan. Ketidaksepadanan antara media dan mesej akan menyebabkan komunikasi tidak berkesan. Teori ini mengemukakan empat kriteria kekayaan media iaitu maklum balas segera, bahasa natural, isyarat pelbagai dan fokus personal. Media yang menyampaikan mesej dengan memenuhi kesemua kriteria ini adalah media yang mempunyai ciri-ciri kekayaan yang tinggi berbanding media yang tidak mampu memenuhi kesemua kriteria tersebut. Rajah 4 adalah model bagi MRT.



Rajah 4: Model Teori Kekayaan Media

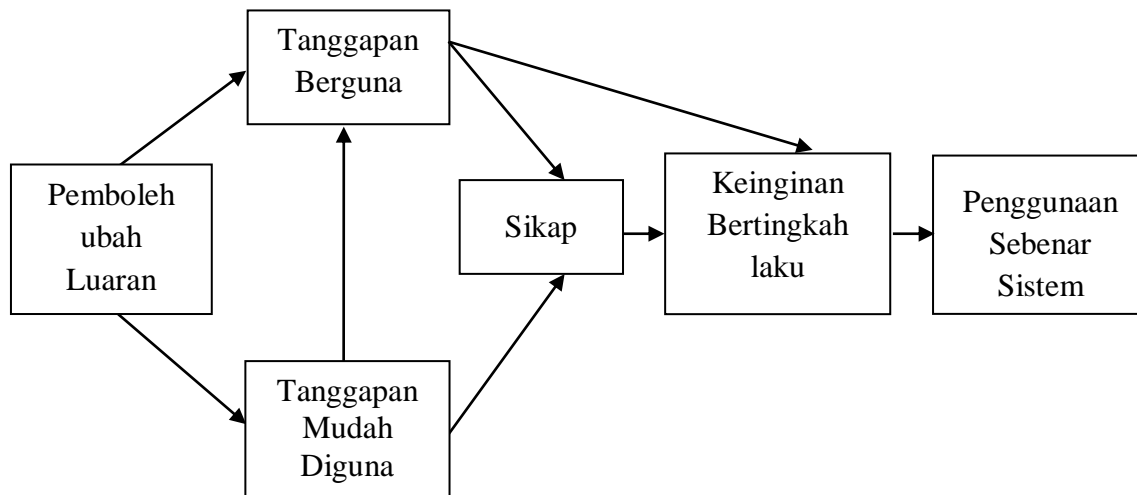
v) **Gatekeeping**

Teori *Gatekeeping* telah dibangunkan oleh pakar psikologi sosial Kurt Lewin pada tahun 1947. *Gatekeeping* adalah proses di mana suatu informasi itu ditapis dan disaring untuk diterbitkan atau disebarkan melalui medium penyiaran, Internet atau lain-lain bentuk komunikasi. Teori ini digunakan secara meluas dalam beberapa bidang kajian seperti komunikasi, kewartawanan, sains politik dan sosiologi. Menurut Lewin (1973), proses *gatekeeping* berlaku di semua peringkat struktur media. Di peringkat awal, tumpuan penggunaan teori ini adalah terhadap penggunaan media massa. Kini, ia juga turut digunakan untuk menangani permasalahan dalam komunikasi bersemuka (*face-to-face*) selain pelbagai bentuk komunikasi yang wujud dalam media Internet.

vi) **Model Penerimaan Teknologi (*Technology Acceptance Model-TAM*)**

TAM telah dibina oleh Davis, Bagozzi dan Warshaw (1989) untuk menentukan penerimaan komputer dengan memfokuskan kepada penggunaan teknologi e-mel dalam kalangan kakitangan sebuah organisasi. Sehingga kini, TAM telah digunakan dengan meluas dalam kajian berkaitan dengan penerimaan teknologi. TAM adalah adaptasi daripada Teori Aksi Bersebab (TRA) yang diasaskan oleh Ajzen dan Fishbein (1975). TRA mengatakan bahawa kepercayaan individu terhadap teknologi akan mempengaruhi sikap. Sikap pula akan membentuk keinginan dan gelagat individu terhadap teknologi (Ajzen & Fishbein, 1975). Dalam kerangka TAM, penggunaan sebenar sesuatu teknologi berlaku apabila wujud

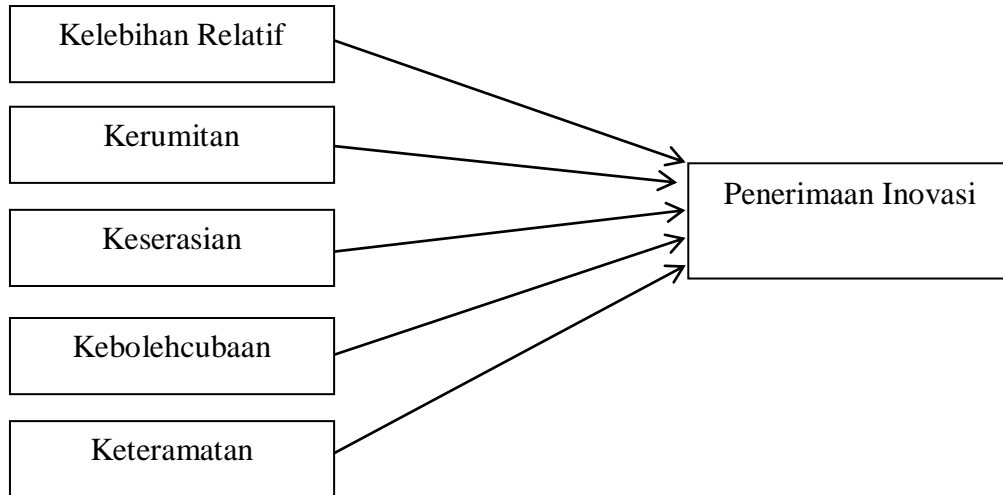
keinginan untuk menggunakannya. Keinginan ini terbentuk daripada sikap individu terhadap teknologi berkenaan. Pembentukan sikap selalunya bermula dari tanggapan bahawa teknologi itu berguna dan mudah diguna. Tanggapan bahawa sesuatu teknologi itu berguna merujuk kepada sejauh mana individu percaya dengan menggunakan sesuatu teknologi itu akan meningkatkan prestasi kerja mereka, manakala tanggapan mudah diguna pula merujuk kepada sejauh mana individu percaya bahawa dengan menggunakan sesuatu teknologi itu akan memudahkan urusan kerja mereka (Davis, 1989; Davis, Bagozzi & Warshaw, 1989). Davis mendapati wujud pemboleh ubah luaran yang akan merangsang pembentukan tanggapan seseorang itu terhadap sesuatu teknologi seperti faktor organisasi, faktor individu dan sistem teknologi. Rajah 5 menunjukkan model TAM.



Rajah 5: Model Penerimaan Teknologi (TAM)

vii) Teori Difusi Inovasi (*Innovation Diffusion Theory-IDT*)

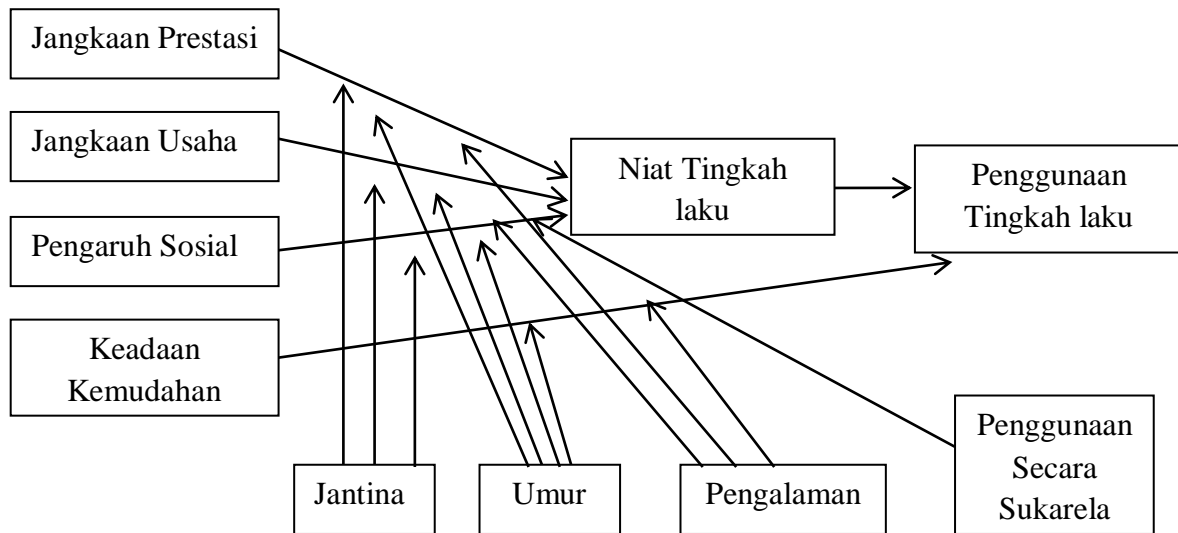
Teori Difusi Inovasi (IDT) diperkenalkan oleh Rogers (1983). Ia merupakan salah satu daripada teori perkembangan teknologi yang diterima secara meluas oleh kajian berkaitan penerimaan inovasi teknologi (El-Gohary, 2011). Menurut Rogers (2003), difusi merupakan satu proses di mana inovasi dikomunikasikan melalui rangkaian tertentu dari masa ke semasa dalam kalangan sistem sosial. Inovasi pula dijelaskan sebagai suatu idea, amalan atau objek yang dianggap sebagai baharu oleh individu atau unit yang menerima (Rogers, 1995). Rogers (1983) menjelaskan maksud penerimaan inovasi sebagai keputusan untuk menggunakan sesuatu inovasi secara sepenuhnya sebagai tindakan yang terbaik, manakala penolakan terhadap inovasi merupakan keputusan untuk tidak menggunakan inovasi yang ada. Teori ini telah mengutarakan lima kepercayaan utama yang mempengaruhi penerimaan sesuatu inovasi iaitu: (i) kelebihan secara relatif iaitu sejauh mana inovasi dilihat sebagai lebih baik berbanding idea yang digantikannya atau idea asal; (ii) kerumitan iaitu sejauh mana inovasi dilihat sukar untuk difahami dan digunakan; (iii) keserasian iaitu sejauh mana inovasi dilihat sebagai konsisten dengan nilai yang sedia ada, pengalaman dan keperluan penerima; (iv) kebolehcubaan iaitu sejauh mana inovasi dapat diuji dengan asas dan sumber yang terhad; dan (v) keteramatan iaitu sejauh mana pihak lain dapat melihat inovasi yang diterima oleh organisasi (Rogers, 1983). Rajah 6 menunjukkan model bagi IDT.



Rajah 6: Ciri-ciri Inovasi terhadap Penerimaan (Dari Teori Difusi Inovasi (IDT))

viii) Teori Gabungan Penerimaan dan Penggunaan Teknologi (*Unified Theory of Acceptance and Use Technology-UTAUT*)

Teori Gabungan Penerimaan dan Penggunaan Teknologi (UTAUT) telah dibina oleh Venkatesh, Morris, Davis dan Davis (2003) yang menekankan empat gagasan iaitu jangkaan prestasi, jangkaan usaha, pengaruh sosial dan keadaan kemudahan. Empat pemboleh ubah bersandar iaitu jantina, umur, pengalaman dan penggunaan secara sukarela telah dikemukakan sebagai faktor penyederhana kepada hubungan antara empat gagasan tersebut dengan niat penggunaan dan tingkah laku. Model UTAUT melibatkan gabungan lapan teori utama dan telah diuji menggunakan set data dunia sebenar yang besar iaitu (1) Teori Tindakan Bersebab (TRA), (2) Model Penerimaan Teknologi (TAM), (3) Model Motivasi (MM), (4) Teori Tingkah Laku Terancang (TPB), (5) Gabungan Model Penerimaan Teknologi dan Teori Tingkah Laku Terancang (C-TAM-TPB), (6) Model Penggunaan PC (MPCU), (7) Teori Difusi Inovasi (IDT), dan (8) Teori Kognitif Sosial (SCT). Rajah 7 adalah model bagi UTAUT.



Rajah 7: Model Teori Gabungan Penerimaan dan Penggunaan Teknologi (UTAUT)

METODOLOGI KAJIAN

Kajian ini menggunakan pendekatan penelitian literatur bagi mengenal pasti teori yang digunakan oleh penyelidikan media sepanjang tahun 2002 hingga 2012. Aspek ini dikaji berdasarkan artikel-artikel yang diterbitkan dalam pangkalan data akademik yang dilanggan oleh Perpustakaan Universiti Utara Malaysia. Ia dilakukan berdasarkan kaedah *Preferred Reporting Items for Systematic Reviews and Meta-Analysis (PRISMA)* (Moher, Liberrati, Tetzlaff & Altman, 2009). Kaedah ini banyak dilaksanakan dalam kajian-kajian berbentuk meta analysis dan *systematic review* dalam bidang kritikal terutamanya perubatan (antaranya: Mair, May, O'Donnell, Finch, Sullivan, dan Murray, 2012; Herbert, Plugge, Foster, dan Doll, 2012; Hooper Abdelhamid, Moore, Douthwaite, Skeaff, & Summerbell, 2012) dan telah mula digunakan dalam kajian penggunaan media dalam bidang perubatan (antaranya: Sisask dan Varnik, 2012; Aoki, Malcolm, Yamaguchi, Thornicroft dan Henderson, 2013; Ehrenreich, Righter, Roche, Dixon dan Himelhoch, 2011).

Proses pengumpulan artikel-artikel ini dijalankan melalui empat pangkalan data yang dilanggan oleh Perpustakaan Sultanah Bahiyah, Universiti Utara Malaysia. Pemilihan pangkalan data adalah berdasarkan skop pangkalan data yang memfokuskan kepada kajian-kajian dalam bidang sains sosial termasuklah bidang media. Empat pangkalan data akademik yang dipilih ialah *ProQuest*, *ScienceDirect*, *Scopus* dan *Web of Knowledge*.

Bagi memudahkan proses carian artikel kajian media, beberapa kata kunci digunakan. Penetapan kata kunci ini adalah berdasarkan istilah-istilah yang sering digunakan dalam bidang pengajian media. Penggunaan kata kunci yang selaras dalam setiap pangkalan data adalah untuk mengelakkan isu bias di dalam proses carian. Dengan itu juga, skop carian akan

menjadi lebih khusus. Antara kata kunci yang digunakan ialah 'media', 'pengiklanan' (advertising), kewartawanan (journalism), penyiaran (broadcasting), 'media baharu' (new media), 'media massa' (mass media), 'media sosial' (social media), dan komunikasi massa (mass communication). Kesemua kata kunci ini digunakan bagi carian dalam kesemua pangkalan data akademik berkenaan. Kajian ini memfokuskan kepada artikel-artikel kajian media yang diterbitkan di dalam jurnal berimpak dan berwasit sepanjang tahun 2002 hingga 2012.

Kajian ini melibatkan pemboleh ubah utama iaitu teori kajian media. Tumpuan diberikan kepada jenis-jenis teori yang digunakan oleh kajian media sebagai teras. Berdasarkan itu dapat dipastikan adakah kajian media menggunakan teori dalam bidang media sepenuhnya atau lebih menjurus kepada teori-teori dalam bidang lain yang berkaitan seperti bidang komunikasi, gelagat dan teknologi.

Artikel yang diperoleh dari pangkalan data akademik ini dianalisis berdasarkan kaedah analisis kandungan. Dua orang jurukod dilantik untuk mengkodkan semua kategori yang ditetapkan ke dalam jadual yang disediakan. Ujian kebolehpercayaan antara jurukod memberikan nilai kebolehpercayaan yang baik iaitu 0.88. Fokus analisis ialah mengenai teori yang digunakan. Penganalisan dapatan kajian dilaksanakan melalui statistik deskriptif. Statistik deskriptif digunakan untuk memperihalkan dapatan teori kajian media dalam bentuk kekerapan dan peratus.

DAPATAN KAJIAN

Empat pangkalan data melalui akses laman web rasmi Perpustakaan Sultanah Bahiyah, Universiti Utara Malaysia telah dipilih sebagai platform pengumpulan artikel berkaitan kajian media sepanjang tahun 2002 hingga 2012. Empat pangkalan data tersebut ialah *ProQuest*, *ScienceDirect*, *Scopus* dan *Web of Knowledge*. Beberapa kata kunci telah digunakan bagi memudahkan proses carian iaitu media baharu (*new media*), media massa (*mass media*), media sosial (*social media*), dan komunikasi massa (*mass communication*). Hasil daripada itu, sebanyak 2,366 artikel telah diperolehi yang terkategori dalam 951 jenis jurnal. Berdasarkan itu, analisis terhadap trend teori dijalankan.

Analisis terhadap trend penggunaan teori dalam kajian media sepanjang tahun 2002 hingga 2012 mendapati hanya 332 daripada 2,366 abstrak artikel kajian media yang diperolehi menyatakan teori yang digunakan. Secara keseluruhannya, kebanyakan kajian media masih menggunakan teori daripada bidang komunikasi. Rasionalnya, media adalah sub bidang kepada bidang komunikasi. Tambahan lagi konteks kajian media dan komunikasi adalah sangat berkait rapat. Antara teori yang paling kerap diaplikasikan dalam kajian media ialah Teori Kegunaan dan Kepuasan (*Uses and Gratification*), Teori Penentuan Agenda (*Agenda Setting*), Teori Difusi Inovasi (*Innovation Diffusion Theory*), *Public Sphere Model*, Teori Kognitif Sosial dan Teori Penyuburan (*Cultivation Theory*).

Hasil analisis kandungan yang dijalankan terhadap kajian media yang diterbitkan sepanjang tahun 2002 hingga 2012 mendapati penerbitannya melibatkan jurnal berimpak dan berwasit. Penganalisan terhadap 2,366 artikel kajian media memberi gambaran yang jelas tentang trend kajian media dari perspektif teori. Ia merungkai persoalan tentang bagaimana kajian-kajian media boleh terbentuk berdasarkan suatu fenomena dan pengaruh daripada elemen-

elemen dalam disiplin kajian yang berbeza. Dapatan kajian ini membuka ruang kefahaman yang luas kepada pensyarah dan pelajar dalam bidang media yang mana akan mencetuskan idea-idea baharu bagi merangka acuan penyelidikan semasa yang lebih kompleks dan komprehensif.

i) Artikel dan Jurnal Kajian Media

Secara keseluruhannya, akses terhadap empat pangkalan data dengan menggunakan kata kunci yang berkaitan telah menghasilkan carian sebanyak 2,366 artikel penyelidikan media untuk tempoh tahun 2002 hingga 2012. Keseluruhan jumlah artikel tersebut adalah kajian media yang diterbitkan di dalam 951 kategori jurnal. Jadual 1 menunjukkan jumlah jurnal dan jumlah artikel yang diperolehi berdasarkan empat pangkalan data.

Jadual 1: Pecahan Jumlah Artikel dan Jurnal Penyelidikan Media

Bil.	Pangkalan Data	Jumlah Jurnal	Jumlah Artikel	Peratus
1	ProQuest	237	688	29.1
2	ScienceDirect	59	312	13.2
3	Scopus	426	922	39.0
4	Web of Knowledge	229	444	18.8
Jumlah		951	2366	100.0

ii) Analisis Teori dalam Penyelidikan Media bagi Tahun 2002 hingga 2012

Analisis terhadap teori dalam penyelidikan media bagi tahun 2002 hingga 2012 dijalankan terhadap 2,366 abstrak artikel yang diperolehi daripada empat pangkalan data iaitu ProQuest, ScienceDirect, Scopus dan Web of Knowledge. Hasil analisis kandungan mendapati hanya 332 (24.0%) abstrak artikel yang menyatakan teori yang diaplikasikan dalam penyelidikan. Manakala, sebanyak 2,034 (86.0%) abstrak tidak menyatakan teori yang diaplikasikan. Teori Kegunaan dan Kepuasan dan Penentuan Agenda adalah yang paling banyak diaplikasikan sepanjang tempoh 10 tahun tersebut dengan kekerapan melebihi 20. Ini diikuti oleh Teori Difusi Inovasi (*Diffusion of Innovation*) dan *Public Sphere Model* dengan kekerapan melebihi 10 (0.5%). Teori seperti Kognitif Sosial (*Social Cognitive*), *Bourdieu Theory* dan Teori Pemupukan (*Cultivation Theory*) diaplikasikan pada tahap sederhana dengan peratusan sebanyak 0.3 peratus. Manakala, teori seperti *McLuhan*, *Feminist Approach*, Teori Kekayaan Media (*Media Richness Theory*), Model Penerimaan Teknologi (*Technology Accptance Model*), Teori Kritikal (*Critical Theory*), Teori Tindakan Terancang (*Theory of Planned Behavior*), Teori Kebergantungan Media (*Media Dependency Theory*), Teori Perhubungan Awam (*Public Relations Theory*) dan Teori Media Baharu (*New Media Theory*) hanya mencapai peratusan sebanyak 0.2 peratus sahaja dengan kekerapan empat hingga lima sepanjang tempoh tahun 2002 hingga 2012. Jadual 2 menunjukkan teori-teori yang kerap diaplikasikan dalam bidang penyelidikan media sepanjang tempoh tahun 2002 hingga 2012.

Jadual 2: Teori Yang Kerap Diaplikasikan dalam Penyelidikan Media (2002 - 2012)

Teori	Kekerapan (n)	Peratusan (%)
Tiada teori/tidak dinyatakan	2034	86.0
Uses and Gratification	25	1.1

Agenda Setting	20	.8
Innovation Diffusion Theory	12	0.5
Public Sphere Model	12	0.5
Social Cognitive Theory	7	0.3
Bourdieu Theory	6	0.3
Cultivation	6	0.3
McLuhan	5	0.2
Feminist Approach	5	0.2
Framing Theory	5	0.2
Media Richness Theory	5	0.2
Technology Acceptance Model	5	0.2
Critical Theory	5	0.2
Theory of Planned Behavior	4	0.2
Media Dependency Theory	4	0.2
Public Relation Theory	4	0.2
New Media Theory	4	0.2

Hasil analisis mendapati sebanyak 43 teori diaplikasi oleh penyelidikan media pada tahap sederhana iaitu dengan kekerapan sebanyak dua hingga tiga (0.1%). Jadual 3 menunjukkan teori-teori yang diaplikasikan pada tahap sederhana dalam bidang penyelidikan media sepanjang tempoh tahun 2002 hingga 2012.

Jadual 3: Teori Yang Diaplikasikan Pada Tahap Sederhana dalam Penyelidikan Media (2002 - 2012)

Teori	Kekerapan (n)	Peratusan (%)
Social Learning Theory	3	0.1
Rhetorical Theory	3	0.1
Actor Network Theory	3	0.1
Niche Theory	3	0.1
Innis Model	3	0.1
Foucaultion Model	3	0.1
Gatekeeping	3	0.1
Institutional Organizational Theory	3	0.1
Media Theory	3	0.1
Structural Pluralism Model	3	0.1
Social Network Theory	2	0.1
Grounded Theory	2	0.1
Deliberative Democracy Theory	2	0.1
Mood Management	2	0.1
Postmodernism	2	0.1
Hagemony Theory	2	0.1
Social Identity	2	0.1
Media Synchronicity Theory	2	0.1
Economic Theory	2	0.1
Uncertainty Reduction Theory	2	0.1
Hypertext Theory	2	0.1
Remediation Theory	2	0.1
Communication Infrastructure Theory	2	0.1
Crisis Communication Theory	2	0.1

Goffman	2	0.1
Priming	2	0.1
Aristotle	2	0.1
Economic Branding and Promotional Theory	2	0.1
Social Information Processing Theory	2	0.1
Communication Theory	2	0.1
Learning Theory	2	0.1
Crisis Management Model	2	0.1
Contingency Theory	2	0.1
Multimodal Theory	2	0.1
Embodied Identity Theory	2	0.1
Moral Panic Theory	2	0.1
Big Five Model	2	0.1
UTAUT	2	0.1
Bass Model	2	0.1
Dewey Method	2	0.1
Interdisciplinary Approach	2	0.1
Expectancy Disconfirmation	2	0.1
Social Exchange Theory	2	0.1

Selain itu, hasil analisis juga menunjukkan sebanyak 170 teori hanya diaplikasikan sekali sahaja dalam penyelidikan media sepanjang tempoh tersebut (.0%). Jadual 4 menunjukkan teori-teori yang mencatatkan peratusan terendah dalam penyelidikan media bagi tempoh tahun 2002 hingga 2012.

Jadual 4: Teori Yang Diaplikasikan Pada Tahap Rendah dalam Penyelidikan Media (2002 - 2012)

Teori	Teori	Teori
Critical Race Theory	Behavioural Model	Gitelman Framework
Human Computer Interface	Organic Theory	Learning Design Model
Cultural Circuit Model	Structural Ritualization Theory	Bujker Framework
Downward Spiral Model	Knowledge Creation Theory	Social Judgement Theory
Semiotic Feminist Theory	Chyi and McCombs Framework	Political Spectacle Theory
Media Choice Model	Theory of epochal Transformation	Traditional Coorientation Model
Gender Schema Theory	Theories of Political Economy Language	Social Capital Theory
Luhman Social System Theory	Theory of Connectivity on Journalism	Ayres Talley Theory
Risk Society Theory	Social Construction	Merges Theory
Industrial District Theory	Normative Theory	WOM Theory
Scene Function Model	Limited Capacity Model	Percolation Theory
Performative Ritual Theory	Activation Model	Career Theory
Chaffee Framework	History Theory	Affordance Theory
Cyberfeminist Theory	Post-social Relationality Theory	Lev Vygotsky Theory
Broadcast Media Theory	Social Comparison Theory	Public Opinion Theory
Economic Modelling	Cluster Theory	Modernization theory
Sensemaking Model	Markowitz Model	Human Centered Theory
Evolution Theory	Deductive Approach	Knowledge Operators-and-Domain model
Theory of Reason Action	Cognitive Processing Model	Comparative national models of communication
Wilbur Schramm's Soviet Communist Model	Theory of Automaticity of Stereotyping	Film Theory
Herbert Altschull's Marxis Narratology	ICT Succession Theory	Spatial Theory
Ludology	Constructionist Approach	Reflexivity Theory
	Industrial Cluster	New Literacy Theory

Consubstantially Theory Symbolic Interactionism Instructional Design Model1 Collective Action Theory Collaboration Engineering Discourse Theory Learning Technology Practice Framework Information Processing Theory Channel Expansion Theory Self-Efficacy Theory Libertarianism and Communitarianism Corporate Social Responsibility Free Speech Theory Media Typology Model Audience Theory Deluca Theory Meta Theory Benoit Theory Network Theory Crowd sourcing Model Queer Theory Critical Political Economy Terror Management Theory Resource Mobilization Theory Communication Accommodation Theory Relational Turbulence Model Agenda Building Theory Instrumental Actualization Theory Resource Dependency Theory Investment Model Exploratory Mediated Model Online Social Interaction Theory Feed-feed Model Communication privacy management theory	Kenneth Burke Competition Based Displacement Theory Literary Theory Cultural Study Approach Bitzer Concept Cultural-Historical Activity Theory Brecht Benjamin Theory Heuristic Systematic Model Macrolevel Theory Electronic Propinquity Theory Cultural Economic Theory Mark Poster Mediation Model Metacognitive Expectancy Value Posthumanism Social Theory Art Education Media and Ecology Symbolic Interactionist Theory Lingual-Belief Interaction Model Media Complementarity Theory Social Problems Theory Organizational Structure Theory Petty Cacioppo Model Ethnic Minority Theory ACAP Model Activity Theory Hirschman Concept Innovation Theory Kano Model Durkheim Concept Scott Lash Theory Honeycomb Model Tag Topic Model	Mediatisation Theory Kleinberg Model Structuractional Theory Exemplification Theory Information Theory Community Stress Model Community Structure Model Iris Marion Young Model Multi Modal Analytical Model Post Pedagogical theory Town Hall Meeting Model Neighbourhood Block Model Person Environment Fit Theory Cyclical Time Based Model Media Ecology Framework Internet User Information and Privacy Concern Model Privacy Regulation Theory Computer Mediated Communication Theory Attribution Theory Impression Management Theory Political Communication Theory Parental Mediation Theory Persuasion Knowledge Model Seminal Audience Commodity Theory Attitude Theory Socialization Framework Cognitive-affective personality system theory Motivation Personality Model Domestication Theory Dragonfly Effect Model Critical Sociological Theory Theory of Value Kelly Stewardship Model Flow Theory
---	--	--

Secara keseluruhannya, trend penyelidikan media sepanjang tahun 2002 hingga 2012 menunjukkan bahawa media adalah bidang interdisiplin yang fleksibel. Disebabkan itu, artikel-artikel yang diperoleh dalam kajian ini tidak terkhusus kepada jurnal media semata-mata. Hanya berpegang kepada kata kunci yang telah ditetapkan, carian artikel berkenaan kajian media di pangkalan data mendapati ianya diterbitkan di dalam jurnal dari bidang yang pelbagai. Antaranya ialah polisi awam, pendidikan, hubungan antarabangsa, psikologi, undang-undang, teknologi dan sebagainya. Perbincangan terhadapnya dalam bidang kajian yang berbeza membolehkannya diperlihatkan dari perspektif yang pelbagai. Akhirnya, dapat dilihat kajian media diterbitkan dalam jurnal dengan tahap impak yang berbeza.

Kajian lanjutan dicadangkan untuk memfokuskan kepada artikel-artikel kajian media yang diterbitkan di dalam jurnal berimpak tinggi sahaja. Dengan itu, aspek teori kajian dapat

diperoleh dengan lebih tepat. Selain itu, penerokaan melalui teknik *systematic literatur review* juga perlu dilakukan dengan lebih menyeluruh supaya aspek teori yang digunakan dalam kajian-kajian media dapat diteroka dengan lebih baik dan menyeluruh.

RUJUKAN

- Ajzen I. & Fishbein, M. (1975). *Belief, attitude, intention and behaviour: An introduction to theory and research*. Reading: Addison Wesley.
- Aoki, Y., Malcolm, E., Yamaguchi, S., Thornicroft, G. & Henderson, C. (2012). Mental illness among journalists: a systematic review. *International Journal of Social Psychiatry*, 59(4):377-90. doi: 10.1177/0020764012437676.
- Bastiansen, H. G. (2008). Media history and the study of media systems 1. *Media History*, 14(1), 95-112.
- COHECS. (2010). *Hala tuju pengajian komunikasi dan media di Malaysia*. Bangi: UKM Press.
- Daft, R. L., & Lengel, R. H. (1984). Information richness: A new approach to managerial behavior and organization design. Dalam Staw, B. M., & Cummings, L. L. (Ed), *Research in organizational behavior* (pp. 191-233). Greenwich, CT: JAI.
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use and user acceptance of information technology. *Management Information Systems*, 13(3), 319-340.
- Davis, F. D., Bagozzi, R. P., & Warshaw, P. R. (1989). User acceptance of computer technology: A comparison of two theoretical models. *Management Science*, 35(8), 982-1003.
- Ehrenreich, B., Righter, B., Rocke, D.A., Dixon, L., & Himelhoch, S. (2011) Are mobile phones and handheld computers being used to enhance delivery of psychiatric treatment? A systematic review. *Journal of Nervous and Mental Disease*, 199(11): 886-891.
- El-Gohary, H. (2011). Factors affecting e-marketing adoption and implementation in tourism firms: An empirical investigation of Egyptian small tourism organizations. *Tourism Management*, 33, 1256-1269.
- Ferguson, R. (2008). Word of mouth and viral marketing: Taking the temperature of the hottest trends in marketing. *Journal of Consumer Marketing*, 25(3), 179-182. doi:10.1108/07363760810870671.
- Gerbner, G., & Gross, L. (1976). Living with television: The violence profile. *Journal of Communication*, 26(2), 173-199.
- Gunelius, S. (2011). *30-minute social media marketing: Step-by-step techniques to spread the word about your business fast and free*. USA: McGraw Hill Companies.
- Herbert, K., Plugge, E, Foster, C, & Doll H. (2012). Prevalence of risk factors for non-communicable diseases in prison populations worldwide: A systematic review. *The Lancet*. 379:1975–1982. [http://dx.doi.org/10.1016/S0140-6736\(12\)60319-5](http://dx.doi.org/10.1016/S0140-6736(12)60319-5)
- Hooper, L., Abdelhamid, A., Moore, H.J., Douthwaite, W., Skeaff, C.M., & Summerbell, C.D. (2012). Effect of reducing total fat intake on body weight: systematic review and meta-analysis of randomised controlled trials and cohort studies. *BMJ*, 6;345:e7666. doi: 10.1136/bmj.e7666
- Jonscher, C. (2011). *Social media-potential, perception and usage as a marketing tool: The case of small and medium sized accommodation providers in Auckland*. (Tesis Sarjana). Auckland University of Technology, Auckland.
- Lewin, K. (1947). *Frontiers in group dynamics*. *Human Relations* 1, 143-153. doi.10.1177/001872674700100201

- Liestol, G., Morrison, A., & Rasmussen, T. (2003). *Digital media revisited: Theoretical and conceptual innovations in digital domains*. Cambridge MA: The MIT Press.
- Macnamara, J. (2003a). Media content analysis; It uses; benefits and best practice methodology. *Asia Pacific Public Relations Journal*, 6(1), 1-34.
- Macnamara, J. (2003b). *Mass media effects: A review of 50 years of media effect research*. Carma International (Asia Pacific). Dapatan kembali daripada www.masscom.com.au/book/papers/mass_media.html
- Mair, F.S., May, C., O'Donnell, C., Finch, T., Sullivan, F. & Murray, E. (2012). Factors that promote or inhibit the implementation of e-health systems: an explanatory systematic review. *Bulletin of the World Health Organization*, 90(5): 357–364. 10.2471/BLT.11.099424
- McCombs, M., & Shaw, D. (1972). *The agenda-setting function of mass media*. *Public Opinion Quarterly*, 36(2), 176. doi:10.1086/267990
- Mior Kamarul, S. (2016). Media baharu gugat masa depan akhbar. *BH Online*. Dapatan kembali pada Ogos 10, 2016 daripada www.bharian.com.my.
- Moher, D., Liberati, A., Tetzlaff, J., & Altman, D. G. (2009). Preferred reporting items for systematic reviews and meta-analyses: The PRISMA statement. *PLoS Med* 6(6): e1000097. doi:10.1371/journal.pmed1000097.
- Noraihan, M., & Mohd Sobhi, I. (2013). Pengaruh faktor organisasi dan faktor teknologi terhadap penerimaan media social sebagai medium pemasaran penginapan bajet. *Terengganu International Tourism Conference (TITC2013)*, 23-25 Ogos, Kuala Terengganu.
- Ott, B. L., & Mack, R. I. (2014). *Critical media studies* (2nd Ed). Chichester, West Sussex: John Wiley & Sons, Inc.
- Rogers, E. M. (1983). *Diffusion of innovations* (3rd ed). New York: Free Press.
- Rogers, E. M. (1995). *Diffusion of innovations* (4rd ed). New York: Free Press.
- Rogers, E. M. (2003). *Diffusion of innovations* (5rd ed). New York: Free Press.
- Samsudin, A. R. (2001). Media dan identiti budaya: Cabaran media terhadap masyarakat Malaysia di alaf ke-21. *Kertas kerja di Sirnposium Kebangsaan Masyarakat Malaysia-Isu dan Cabaran Abad Ke 21*, 22-24 Julai. Universiti Malaya.
- Sin, S. S., Khalil, M. D., & Al-Agaga, A. (2012). Factors affecting Malaysian young consumers' online purchase intention in social media websites. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 40, 326-333.
- Sisask, M. & Värnik, A. (2012). Media roles in suicide prevention: A systematic review. *International Journal of Environmental Research and Public Health*. 9(1):123-38. doi: 10.3390/ijerph9010123.
- Sommier, M. (2014). The concept of culture in media studies: A critical review of academic literature. *Media and Diversity*, 5(2014).
- Sukmi, S. N. (2015). *Rethinking teori komunikasi dalam konteks media baru*. *Cakrawala Jurnal Penelitian Sosial*, 4(1), 1-23.
- Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, F. D., & Davis, G. B. (2003). User acceptance of information technology: Toward a unified view. *MIS Quarterly*, 27, 425-478.
- Wimmer, R. D., & Dominick, J. R. (2011). *Mass media research: An introduction* (9th ed). Boston, MA: Wadsworth, Cengage Learning.

Mohd Sobhi Ishak, Azahar Kasim, Awan Ismail & Norsiah Abdul Hamid
Pusat Pengajian Teknologi Multimedia dan Komunikasi
Universiti Utara Malaysia
msobhi@uum.edu.my, w_azahar@uum.edu.my,

awan@uum.edu.my, nor1911@uum.edu.my