

Masa Hadapan Akhbar Malaysia dalam Masyarakat Jaringan

SITI SURIANI OTHMAN
Universiti Sains Islam Malaysia

LIANA MAT NAYAN
Universiti Tuanku Abdul Rahman

LEE KUOK TIUNG
Universiti Malaysia Sabah

NIK NORMA NIK HASSAN
Universiti Sains Malaysia

ABSTRAK

Masa hadapan akhbar masih lagi kabur, termasuk di Malaysia. Apa yang jelas, masa hadapannya nampak menjerus kepada bentuk digital, berita dibaca melalui telefon pintar, tab atau bentuk-bentuk gajet yang lain. Sirkulasi akhbar bercetak pula dijangka terus menjunam. Kajian ini meneliti dua persoalan utama iaitu langkah-langkah yang dilaksanakan akhbar Malaysia untuk meningkatkan sirkulasi akhbar dan bagaimana meningkatkan populariti akhbar *online*. Selain itu, gajet juga dikaji sama ada menjadi alat yang memberi risiko atau peluang terhadap masa hadapan akhbar. Empat akhbar dikaji ialah Sinar Harian, Berita Harian, Harian Metro dan *Sin Chew Daily* dengan 11 orang editor berita dan editor dalam talian ditemubual. Kategori yang dicadangkan Wahl Jorgensen et al. (2016) digunakan sebagai asas perbincangan iaitu Risiko dan Ancaman, Peluang dan Kewartawanan Digital. Dapatan kajian mendapati langkah utama untuk meningkatkan sirkulasi akhbar termasuklah meningkatkan kualiti kandungan dan reka letak akhbar, di samping meningkatkan promosi akhbar. Akhbar dalam talian pula dilihat sebagai alat survival kewartawanan, kerana membolehkan kewartawanan berfungsi kepada khalayaknya. Dari segi peluang yang disediakan oleh gajet kepada masa hadapan akhbar Malaysia, ia dilihat dalam beberapa bentuk seperti Peluang yang Diancam dan Peluang dan Risiko. Kewartawanan digital khususnya kewartawanan data pula nampaknya belum dilihat sebagai masa hadapan kewartawanan dalam konteks editor di Malaysia.

Kata Kunci: *Sirkulasi akhbar cetak, akhbar online, gajet, kewartawanan digital, Malaysia.*

The Future of Malaysian Newspapers in a Network Society

ABSTRACT

The future of the press is still vague, including in Malaysia. What seems clear at the moment is, the future of newspaper is digital, news is read through smartphones, tabs or other forms of gadgets. Printed circulation is expected to continue plunging. The study examines two key questions, steps taken by Malaysian newspapers to enhance the circulation of newspapers and how to increase the popularity of online newspapers. In addition, the gadget is also examined whether it is a tool that risks or opportunities for the future of the press. Four newspapers were examined in this study namely *Sinar Harian*, *Berita Harian*, *Harian Metro* and *Sin Chew Daily* with 11 news and online editors being interviewed. The proposed categories by Wahl Jorgensen et al. (2016) are used as the basis of discussion namely Risks and Threats, Opportunities and Digital Journalism. The findings

suggest that major steps to improve the circulation of newspapers include improving the quality of content and newspaper layout, as well as increasing newspaper promotion. The online newspaper is seen as a survival tool for journalism, as it enables journalism to function with its audience. In terms of opportunities provided by the gadget to the future of the Malaysian press, it is seen in some form such as the Threatened Opportunity, and Opportunity and Risk. Digital journalism, especially data journalism, appears to have not been seen as the future of journalism in the editorial context in Malaysia.

Keywords: *Circulation of print newspapers, online newspapers, gadgets, digital journalism, Malaysia.*

PENGENALAN

Bercakap soal masa hadapan ini bukan mudah. Kita tidak nampak apa yang akan berlaku pada masa hadapan, tetapi pola perkembangan hari ini seharusnya membantu kita memahami, walaupun mungkin tidak berupaya menjangka dengan setepatnya. Namun, sarjana dan pelaku media sudah mula melihat keperluan untuk bereaksi dalam hal ini kerana ia bukan hanya melibatkan soal survival akhbar tetapi demokrasi maklumat dan pengetahuan yang merupakan inti fungsi kewartawanan itu sendiri.

Di Barat, perbincangan tentang masa hadapan akhbar dibincangkan dengan sistematik di United Kingdom menerusi persidangan antarabangsa *The Future of Journalism* anjuran *School of Journalism, Media and Cultural Studies* (JOMECS) di Universiti Cardiff, UK. Persidangan siri keenam setiap dua tahun sekali ini telah berlangsung pada September 2017 dengan tema “Masa Hadapan Kewartawanan: Kewartawanan dalam Era Pasca Kebenaran”. Hasil daripada kertas terpilih diterbitkan dalam bentuk Isu Khas dalam jurnal berjudul *Journalism* yang membincangkan pola masa hadapan kewartawanan. Antara ketua editor edisi khas ini termasuklah Profesor Bob Franklin (2008) dan Profesor Wahl-Jorgensen (2016).

Di Amerika pula, perbincangan dibuat lebih dalam bentuk penulisan popular (yang juga berlaku di UK) dan penulisan akademik ditunjangi sarjana terkemuka seperti Profesor Robert McChesney. Rata-rata, Barat melihat masa hadapan kewartawanan tertumpu kepada perkembangan kewartawanan digital, di samping beberapa isu penting yang perlu diberi perhatian yang dikategorikan sebagai risiko dan ancaman, peluang dan kewartawanan digital (Wahl-Jorgensen et al., 2016).

Daripada kategori yang dibangunkan Wahl-Jorgensen, kajian ini menemubual 11 orang editor berita dan editor dalam talian dari empat akhbar iaitu Sinar Harian (SH), Berita Harian (BH), Harian Metro (HM) dan *Sin Chew Daily* (SC) untuk mengenalpasti pandangan editor tentang masa hadapan akhbar di Malaysia dalam tiga kategori yang dicadangkan.

Masa Hadapan Akhbar

Umum mengetahui betapa akhbar versi cetak mengalami kemerosotan sirkulasi di seluruh dunia (Lowrey & Shan, 2016; McChesney, 2016; Pew Research Centre, 2017). Dalam masa yang sama, kita juga maklum akan kepesatan kewartawanan digital yang bagai menyergah keghahan institusi berita yang sebelum ini dilihat sebagai sumber maklumat masyarakat (Picard, 2003). Hari ini, kita jelas dapat melihat pola kepesatan teknologi maklumat yang sangat mempengaruhi kewartawanan serata dunia, dan tidak terkecuali Malaysia.

Hal ini menyebabkan sirkulasi akhbar cetak merosot di serata dunia dan pelbagai langkah dilaksanakan organisasi akhbar untuk meningkatkan jualan. Sungguhpun ada kajian menunjukkan pertumbuhan akhbar *online* tidak memberi kesan signifikan kepada sirkulasi akhbar cetak di Malaysia (Shahrul Nazmi Sannusi & Normah Mustafa, 2015), namun kepantasan teknologi hari ini mungkin membawa hasil kajian yang berbeza pada hari ini.

Dalam usaha meningkatkan sirkulasi akhbar cetak, menambahbaik isi kandungan adalah antara yang terpenting dilakukan semua akhbar untuk survival mereka bagi kedua-dua akhbar cetak dan akhbar *online*. Bagi akhbar *online*, keperluan itu mungkin lebih lagi kerana pembaca mempunyai 'kuasa' dalam menentukan berita secara langsung mahupun tidak langsung (HT Vu, 2014). Elemen lain yang penting dititikberatkan dalam usaha meningkatkan sirkulasi akhbar ialah reka letak akhbar dan pelbagai promosi yang mendekatkan akhbar dengan pembaca sebenar (Mohd Hashim Ahmad Makaruddin, 2018).

Maka, dalam perbincangan umum tentang masa hadapan akhbar, beberapa isu penting dalam menarati masa hadapan kewartawanan termasuklah ancaman berita palsu dan cabaran kesahan maklumat dalam pemberitaan (Allcott & Gentzow, 2017; Bradtzaeg et al., 2015; Buttry, 2014; Porsetti, 2014) dalam pelbagai platform *online* termasuk gajet. Risiko kepantasan maklumat serta kegelojohan dalam menghasilkan produk media yang memerlukan kepada peralihan teknik kewartawanan seperti Kewartawanan Perlahan (Drok & Hermans, 2015) perlu dilihat sebagai satu bentuk peluang baru dalam melestarikan fungsi kewartawanan yang sebenar, antaranya sebagai alat advokasi (Zaim Zaiman & Zhahreen, 2018) dan alat pendemokrasian maklumat (Muhammad Hakimi Tew, Muhamad Hanapi & Zuliani, 2018).

Risiko dan ancaman ini secara langsung dipengaruhi oleh kegagalan institusi kewartawanan sendiri untuk membina model perniagaannya sehebat zaman akhbar cetak yang mengaut untung berbilion melalui pengiklanan. Maka, dengan kegagalan ini, tidak salah jika kita mula berfikir untuk melihat dan "menggunakan" kewartawanan sebagai satu bentuk komoditi umum seperti pendidikan (McChesney et. al, 2016) berbanding produk media yang bersifat produk perniagaan.

Maka segala "kekecohan" (baik yang positif mahupun yang negatif) yang berlaku dalam dunia kewartawanan hari ini nampaknya sangat berkait dengan perkembangan kewartawanan digital (Wahl-Jorgensen, 2016). Terma baharu muncul dalam perkembangan ini seperti *Computer-Assisted Reporting* (CAR), kewartawanan data dan kewartawanan komputer meraikan maklumat yang tepat, jelas dan berteraskan angka seperti statistik kajian sebagai sumber pemberitaan dan penghasilan berita, sesuatu yang tidak berlaku secara meluas dalam kewartawanan 20 tahun lepas. Dengan kepesatan perkembangan ini, maka wartawan masa hadapan perlu memperkukuh diri dalam pengetahuan, teknik dan kemahiran untuk menghasilkan kewartawanan kuantitatif (Coddington, 2014) dan kewartawanan kualitatif (Nettleton, 2015) yang memerlukan keseimbangan teknik kehebatan komputer serta gajet dan kekuatan dalaman diri serta kecekapan berfikir untuk kekal relevan kepada khalayak media yang semakin terdedah dengan pelbagai maklumat setiap hari.

Maka, kajian ini dijalankan untuk menjawab persoalan kajian berikut mengikut kategori yang dicadangkan Wahl-Jorgensen et al. (2016):

- a. Apakah langkah yang diambil akhbar Malaysia dalam menstabilkan sirkulasi akhbar cetak di samping meningkatkan populariti akhbar dalam talian?
- b. Sejauh manakah gajet menjadi alat "risiko" atau "peluang" bagi masa hadapan kewartawanan Malaysia?

Mengkaji Masa Hadapan Akhbar di Malaysia

Kaedah kajian yang digunakan untuk pengumpulan data penyelidikan ini ialah temubual bersemuka yang dijalankan pada Oktober – November 2016 di empat bilik berita iaitu SH, BH, HM dan SC yang melibatkan 11 orang editor berita dan editor berita dalam talian akhbar berkenaan. Temubual yang dijalankan dalam tempoh dua bulan tersebut dianalisis dan ditemakan untuk membincangkan masa hadapan kewartawanan dalam konteks Malaysia.

DAPATAN KAJIAN

a) Menstabilkan Sirkulasi Akhbar Cetak

Dapatan kajian bagi persoalan ini amat menarik kerana daripada 11 orang editor berita dan editor dalam talian yang ditemubual, hanya empat orang editor yang jelas menyatakan keperluan untuk meningkatkan kualiti kandungan akhbar demi menstabilkan sirkulasi akhbar secara am. Jumlah empat orang editor itu relatifnya rendah berbanding jumlah keseluruhan 11 orang editor yang ditemubual dalam kajian ini, tetapi itulah juga jumlah tertinggi dari segi kekerapan jumlah tema atau elemen yang diangkat oleh editor. Selain isi kandungan, elemen kedua tertinggi ialah promosi langsung akhbar dan diikuti dengan reka letak akhbar.

b) Peluang yang Diancam – Isi Kandungan Akhbar

Daripada empat orang editor yakin isi kandungan adalah tunggak mencapai minat pembacanya terhadap akhbar cetak, seorang editor dengan jelas menerangkan keperluan untuk memastikan isi kandungan akhbar dihidangkan selari dengan kehendak khalayak:

Antara langkah yang kita lakukan ialah tengok sendiri apa yang pembaca mahukan. Apa isi kandungan yang mereka mahukan. Kemudian kita edarkan di kawasan yang sesuai dengan berita yang diterbitkan. HM memang ramai pembaca, jadi kita utamakan isi kandungan...Kita utamakan cerita masyarakat seperti berita kesusahan orang yang menyentuh hati dan berita sukan. Kita ikut apa yang pembaca mahu.

Ini tidak janggal malah boleh dijangka kerana Editor HM1 mewakili akhbar HM yang terkenal sebagai akhbar tabloid yang sentiasa mengutamakan kehendak pembacanya. Tiada siapa yang menafikan bahawa akhbar tabloid memang bertuhankan kehendak pembaca dan mengutamakan keuntungan (Skovsgaard, 2014).

Editor HM2 pula menambah, untuk menghidangkan berita yang selari dengan kehendak pembaca ialah dengan menerbitkan berita yang viral. Menurutnya:

Mood pembaca adalah salah satu yang kita pentingkan. Misalnya, mood pembaca sekarang ialah pembaca sukakan bahan yang viral. Jadi kita masukkan elemen ini [dalam berita]. Kita dapati, isu yang viral jika diterbitkan akan pasti dibeli pembaca. Apa yang kita buat ialah kita dapatkan sumber pertama yang viralnya sesuatu isu dan kita dapatkan maklumat lanjut daripadanya. Maksudnya, berita viral yang kita terbitkan itu konkrit, dan sukar dipertikaikan.

Jelas HM melihat risiko kemunculan fenomena dalam media baharu iaitu isu viral sebagai peluang untuk mereka meningkatkan isu menarik untuk dilaporkan (malah selari dengan kehendak pembaca) seterusnya mendapat lebih ramai pembaca. Namun, risiko (ketidaktepatan maklumat atau berita palsu) perlu diurus dengan bijak dalam isu ini, iaitu dengan memastikan verifikasi maklumat dibuat daripada sumber asal berita. Praktis ini selari dengan praktis verifikasi kaedah tradisional sumber berita yang dilihat menjadi faktor utama mempengaruhi kredibiliti media di mata penggunanya (Lasorsa & Reese, 1990).

Namun, jika dilihat dari sudut pandangan berbeza dalam konteks yang sama, dapat kita lihat bahawa daripada empat orang editor yang mengakui kepentingan isi kandungan akhbar dalam mendepani cabaran masa hadapan akhbar cetak di negara ini, dua daripadanya meletakkan isi kandungan sama pentingnya dengan reka letak akhbar yang baik. Hanya seorang iaitu dari SC yang tegar mengatakan elemen terpenting ialah isi kandungan dan kedua penting ialah reka letak. Menurut Editor SC1:

Kita fokus kepada isi kandungan iaitu wartawan tidak begitu menulis tentang politik. Kita fokuskan lebih kepada berita kemasyarakatan... Berbanding reka letak, kita memang mengutamakan penambahbaikan isi kandungan kerana jika kandungannya bagus, pembaca akan suka dan membacanya [akhbar SC].

Pernyataan ini memberi makna yang penting tentang masa hadapan akhbar di Malaysia. SC ialah akhbar Cina yang mempunyai sirkulasi tertinggi di negara ini iaitu mencapai 300,000 naskah (ABC Circulation, 2017). Dipengaruhi juga dengan budaya membaca masyarakat Cina, maka yang dipentingkan oleh akhbar ini untuk survivalnya ialah isi kandungan berbanding elemen-elemen lain. Maksudnya, apa yang difikirkan oleh editor SC adalah selari dengan apa yang dikehendaki oleh pembacanya. Ini jelas diterjemahkan daripada jumlah sirkulasi akhbar ini yang kekal bertahan berbanding akhbar lain di negara ini.

Namun, kecenderungan SC untuk mengurangkan menulis berita tentang politik boleh dikritik dari sudut pandangan peranan akhbar sebagai penggerak demokrasi. Malah lebih dari itu, kewartawanan perlu menjadi penghubung penting antara pembacanya dengan kehidupan berpolitik serta kehidupan seharian agar kewartawanan benar-benar dapat berfungsi kepada masyarakatnya (Hanitzsch & Vos, 2018).

Bagaimanakah akhbar dapat menjalankan fungsi ini andainya akhbar sepopuler SC bergerak ke arah pentablodian kandungan? Namun hal ini tidak janggal kerana akhbar elit di Jerman dan Austria juga menampakkan kecenderungan ke arah pentablodian dari segi tajuk berita, fokus dan gaya penyampaian berita (Magin, 2017). Namun, data ini mungkin berbeza jika dikutip selepas Pilihanraya Umum ke-14 pada 9 Mei 2018 yang lepas.

c) Peluang dan Ruang – Isi Kandungan dan Reka letak Akhbar

Bagi editor yang meletakkan isi kandungan sama penting dengan reka letak berita, hujah mereka sebagaimana dijelaskan Editor BH1:

Langkah yang kita ambil (untuk tingkatan sirkulasi akhbar cetak) ialah pertama, kita tumpukan kepada peningkatan kualiti isi kandungan. Dalam BH, kita selalu cuba melaporkan berita eksklusif, yang menyentuh pelbagai bidang

seperti pendidikan dan jenayah... [Selain itu], kita juga membuat pembaharuan terhadap reka letak atau persembahan akhbar. Kita lakukan itu empat ke lima tahun sekali. Di situ, kita harap pembaca akan tertarik [untuk membaca dan membeli]. Perubahan reka letak ini juga melibatkan persembahan berita, misalnya, jika dahulu berita boleh sampai kepanjangan 25 perenggan, sekarang 20 perenggan sahaja kerana pembaca hari ini tidak mahu membaca berita yang panjang-panjang. Kita tambah pula dengan info grafik dan cuba visualkan artikel itu.

Kedua-dua editor di BH berkongsi pandangan yang sama dari segi kepentingan mengutamakan isi kandungan berita dan reka letak dalam memastikan populariti akhbar cetaknya. Reka letak akhbar memainkan peranan besar dalam mempengaruhi persepsi pembaca. Kajian tentang bagaimana reka letak berita politik mempengaruhi persepsi pembaca terhadap orientasi politik akhbar mendapati gaya reka letak konservatif dipersepsikan mengandungi sumber berita dari haluan kiri. Rata-rata, kajian mendapati bahawa reka letak akhbar yang progresif mempengaruhi pembaca terhadap kualiti akhbar tersebut (Schindler et al., 2017).

Dalam konteks BH, menarik di sini kerana penambahbaikan reka letak di BH dibuat selari dengan kehendak pembaca muda yang menggunakan gajet setiap hari. Tambah Editor BH2:

Pada hari ini, masyarakat cenderung menggunakan telefon pintar setiap hari berbanding akhbar cetak [untuk mendapatkan berita]. Ini kerana, akhbar itu besar saiznya dan sukar dibawa ke pejabat. Jadi, kami mula menyiapkan reka letak akhbar yang lebih menarik supaya kelihatan seperti di dalam laman sesawang.

Data ini menarik kerana kita dapat melihat kesungguhan BH untuk cuba menstabilkan akhbar cetaknya. Namun, adakah teori mengutamakan isi kandungan dan reka letak ini berjaya dalam konteks BH? Sirkulasi BH yang terkini mencecah 70,000 naskhah (ABC Circulation, 2017), rata-rata menunjukkan kemerosotan berbanding sejarahnya sendiri pada masa lampau, namun hal ini berlaku kepada semua akhbar. Pesaing terdekat BH ialah Utusan Malaysia (UM) direkodkan mempunyai sirkulasi mencecah 110,000 naskhah pada 2017. Jumlah sirkulasi kedua-dua akhbar ini rumit untuk dirungkai. Jika isi kandungan yang dikaitkan dengan politik adalah isu penolakan BH dalam kalangan pembacanya, UM adalah akhbar yang lebih tegar dan lebih berpihak (kini kerajaan pembangkang) namun jumlah sirkulasinya adalah yang tertinggi dalam kalangan akhbar berbahasa Melayu berformat serius.

Dalam konteks BH, reka letak akhbar dilihat sebagai peluang oleh BH untuk menginovasikan akhbar cetak mereka yang diharapkan membantu sirkulasi dan membantu survival akhbar. Rata-rata, kombinasi kedua-dua elemen ini mungkin mempunyai ruang yang lebih untuk diadaptasi oleh akhbar masa hadapan untuk memastikan akhbar cetak sekurang-kurangnya tidak pupus, dan mungkin bertindak sebagai pelengkap kepada akhbar *online*.

d) *Peluang dalam Risiko – Promosi Akhbar*

Selain kandungan, elemen kedua popular yang dikenalpasti editor ialah promosi akhbar secara langsung kepada pembaca. Antara kaedah yang disebut ialah promosi akhbar secara terus kepada pembaca, menganjurkan aktiviti dengan masyarakat dan ini dilihat sebagai “mendekatkan akhbar dengan pembaca” (Editor BH3).

Strategi lain ialah menjalankan promosi penjualan akhbar secara pukal (Editor BH3). Penjualan akhbar secara pukal berlaku bukan hanya di Malaysia tetapi juga di negara maju seperti UK (Greenslade, 2009). Akhbar seperti *Times* dan *Telegraph* merosot sirkulasinya dengan peratusan berbeza-beza, dan ini dipengaruhi oleh penjualan secara pukal akhbar berkenaan dan bukan hanya berdasarkan pembelian asli pembaca. Penjualan pukal ini dibenarkan oleh ABC yang membuat audit jumlah sirkulasi akhbar dan ini digunakan oleh organisasi akhbar untuk memanipulasi jumlah sirkulasi mereka (Preston, 2016). Ini adalah risiko penjualan pukal di mana ia dipraktikkan tetapi tidak menawarkan angka sirkulasi yang asli kepada organisasi akhbar.

Pelbagai inisiatif dibuat akhbar Malaysia untuk membantu peningkatan sirkulasi masing-masing. Ini termasuklah memperkenalkan akhbar sisipan untuk remaja dan menambahbaik pendekatan editorial (Mohd Hashim Ahmad Makaruddin, 2018).

Namun, ada juga respon daripada editor yang menggambarkan mereka kurang peka terhadap masa hadapan akhbar mereka sendiri. Misalnya, ada beberapa orang editor berita yang tidak berupaya menjawab persoalan bagaimanakah akhbar mereka meningkatkan populariti akhbar cetak dengan menerangkan proses pemilihan berita, dan ada juga yang berbalik kepada *niche* atau identiti akhbar yang membezakan akhbar mereka dengan akhbar yang lain di pasaran Malaysia. Dalam pada itu, ada juga yang mengaitkan sifat semulajadi akhbar yang boleh dipegang sifatnya menjadi faktor mempertahankan survival akhbar cetak di negara ini, walaupun kita maklum bahawa hal itu mungkin benar hanya kepada generasi veteran yang lebih selesa dengan akhbar cetak (Barthel et al., 2016), dan itu tidak berlaku kepada rata-rata generasi muda hari ini.

Apa yang dapat disimpulkan daripada temubual untuk persoalan kajian ini adalah, masa hadapan akhbar cetak Malaysia dilihat dari sudut pandangan yang sangat terhad dari segi risiko dan ancaman serta peluang yang wujud untuk akhbar mereka, oleh editor akhbar dalam kajian ini. Misalnya, hanya empat daripada sebelas editor yang mengenalpasti isi kandungan akhbar sebagai elemen terpenting yang perlu ditambahbaik sentiasa untuk survival akhbar mereka. Dari jumlah ini, hanya editor dari SC yang tegar mengutamakan isi kandungan sebagai elemen terpenting yang perlu dipelihara, manakala dua lagi editor, Editor HM1 dan HM2 mengutamakan isi kandungan kerana sifat akhbar yang berbentuk tabloid. Dengan sifat akhbar ini, mungkin sifat akhbar itu sendiri yang memberi ‘peluang’ kepada warganya, berbanding langkah survival akhbar cetak yang memang dilaksanakan atas dasar kreativiti dan inisiatif yang tulen.

Daripada analisis yang dibuat, boleh dirumuskan bahawa kebanyakan editor dalam akhbar kajian ini belum berupaya mengenalpasti apakah risiko dan ancaman serta peluang bagi akhbarnya sendiri. Promosi akhbar dan inovasi dari segi reka letak akhbar dilihat sebagai peluang, tetapi editor sebenarnya merisikokan akhbar sendiri dengan tidak meletakkan isi kandungan sebagai elemen utama yang sedang diancam (jika tidak dilakukan perubahan dari segi kemantapan isi dan gaya penulisan) dan hanya meletakkan akhbar cetak dalam keadaan berisiko tinggi diancam kepesatan kewartawanan digital. Hal ini tidak lari daripada isu yang membelenggu mereka seperti pemilikan akhbar dan budaya editorial,

namun kepada pembaca, mereka sudah jelas berupaya memilih akhbar mana yang ingin dan terus dibaca.

e) *Akhbar Online sebagai Alat Survival Kewartawanan*

Analisis survival akhbar cetak pastinya tidak lengkap jika tidak dituruti dengan kaedah meningkatkan populariti akhbar *online*. Dalam sebuah temubual berasingan dengan salah seorang editor tertinggi BH misalnya, beliau jelas menyatakan “BH lebih menstrategi bagaimana untuk menghidupkan akhbar *online*. Kita sedar akhbar cetak semakin merosot, jadi kita tidak harap kepada akhbar cetak kerana bila-bila saja ia boleh mati. Yang kita harap, kewartawanan tidak mati”. Di sini, risiko, ancaman dan peluang untuk kewartawanan tetap ada dan berterusan, dan perlu diuruskan dengan bijak.

Apapun yang kita persepsikan, tiada yang boleh menidakan bahawa kewartawanan digital adalah masa hadapan kewartawanan itu sendiri. Editor SC1 misalnya berkata, sungguhpun akhbarnya membuat penambahbaikan sentiasa kepada isi kandungan akhbar cetak, beliau mengakui, “kita turut fokus kepada akhbar dalam talian kerana kita tahu, itulah masa hadapan”. Menyedari ini, SC turut mengadakan promosi akhbar digital mereka kepada pembaca muda.

Misalnya, Editor BH2 dengan yakin menjelaskan betapa kaedah peningkatan populariti akhbarnya adalah dengan mewujudkan akhbar dalam talian yang dimulakan pada tahun 2013. Ujarnya:

Tiga tahun lepas, akhbar *online* ini masih sesuatu yang baru kepada pembaca. Apabila sudah ada akhbar *online*, kita mula mengurangkan jumlah cetakan akhbar cetak... Dengan berita dalam talian kami, kami mula mengedarkan berita secara percuma. Berita seperti kemalangan mencetuskan tanda tanya kepada pembaca. Mereka akan cenderung membaca dan membaca lagi.

Di sini, akhbar dalam talian itu sendiri dilihat sebagai alat survival akhbar. Ia bukan hanya dianggap sebagai pelengkap kepada akhbar cetak (Nguyen & Mark, 2006) tetapi penyambung nadi berita (Franklin, 2008). Namun, ada juga kajian di Belanda yang mendapati pembacaan akhbar *online* mempunyai hubungan negatif dengan pembacaan akhbar cetak. 1000 remaja yang dikaji menunjukkan mereka membaca akhbar *online* dan banyak menghabiskan masa dengan bentuk media yang lain seperti televisyen. Menariknya, remaja ini mengakui mereka suka membaca akhbar cetak berbanding akhbar dalam talian, dan televisyen merupakan antara media utama yang sesuai dengan keperluan mereka (De Waal et al., 2005).

Dalam konteks BH, apabila bergerak ke era digital dilihat sebagai suatu peluang, BH merasakan usaha mereka itu sebagai satu bentuk kejayaan yang membantu populariti BH. Menurut Editor BH3:

Saya rasa kita boleh dikatakan popular. [Ini] kerana, dari segi *online*, kita ada 4 juta pengikut di *Facebook*. Setakat ini, BH mempunyai pengikut tertinggi di laman sosial kerana tiada lagi akhbar arus perdana (dalam konteks Malaysia Lama) yang mempunyai pengikut *online* sehingga 4 juta... Kita popular sebab kita cepat. Dah nama pun *online* jadi kita tak boleh *offline*. Sentiasa *on*.

Misalnya, kalau berlaku tanah runtuh pada jam 12.28 tengahari, tidak sampai lima minit berita itu sudah masuk ke *BH Online*. Maknanya, *BH Online* sentiasa beri maklumat terkini dan pantas. Jumlah kecederaan atau kehilangan nyawa belum dipastikan, tetapi sudah dilaporkan dalam satu atau dua perenggan untuk pengetahuan pembaca. Ini akan menarik mereka seterusnya untuk membaca apabila tahu ada kemalangan berlaku di sana. Tapi berita separuh masak kita tak siar dalam web sebab tidak tahu kesahihan berita itu. Nanti kita jadi menipu pembaca pula dan perlu dielakkan sama sekali.

Petikan ini memberi makna yang besar dalam memahami risiko dan ancaman serta peluang yang wujud dalam konteks *BH Online*. Hari ini, *Facebook BH Online* mempunyai 5.1 juta pengikut (Magendran Rajagopal & Nasarudin Parzi, 2018), jauh meninggalkan *Utusan Online* dengan lebih kurang 2 juta pengikut di laman *Facebook*.

Daripada hasil kajian ini, dapat disimpulkan bahawa akhbar *online* dalam konteks Malaysia dilihat sebagai satu wadah melestarikan kewartawanan masa hadapan. Tambahan lagi, remaja Malaysia lebih cenderung membaca berita dari sumber *online* dengan keutamaan berita hiburan dan mengelakkan berita kewangan dan perniagaan (Freeman, 2013). Mungkin jika dilihat dari perspektif penerimaan pembaca, memang akhbar *online* adalah jawapannya bagi masa hadapan akhbar Malaysia. Secara tidak langsung, akhbar *online* juga boleh dikatakan sebagai penyambung legasi akhbar cetak. Malah, amat mengejutkan apabila kebanyakan editor tidak gusar dengan ketidaktentuan model perniagaan bagi akhbar *online* yang gagal dan tidak stabil di negara maju. Misalnya, salah seorang editor menyatakan:

Akhbar *online* kita diterima ramai. Kita juga dapat menambah pendapatan daripada kedua-dua akhbar cetak dan *online*. Kita tiada masalah dengan itu [perkembangan akhbar *online*]

Namun, jika diteliti dari sudut model perniagaan, kita dimaklumkan betapa organisasi media barat sendiri mengakui mereka gagal membangunkan model perniagaan akhbar *online* yang sehebat akhbar cetak. Langganan *online* dan pendapatan daripada iklan *online* jauh sedikit berbanding pendapatan di zaman akhbar cetak (McChesney, 2016). Hal ini mungkin belum dirasai pengamal media tempatan kerana mereka belum berada dalam ruang di mana akhbar cetak perlu ditutup dan diganti dengan akhbar *online* semata-mata. Rata-rata editor dalam semua akhbar dalam kajian ini beroperasi dalam bentuk cetak dan *online*.

Dalam perkembangan dunia *online* ini dan penerimaannya yang positif, risiko dan ancaman yang nyata adalah kepantasan maklumat. Ini yang menjadi pertarungan antara akhbar *online*, tetapi dalam masa yang sama memastikan kesahihan dan mengelakkan penipuan dalam bentuk kesilapan fakta perlu dilihat sebagai peluang untuk meningkatkan kualiti kewartawanan dalam lambakan maklumat dan fakta yang tidak pernah terjangkau dalam fikiran kita suatu waktu dahulu.

f) *Gajet Sebagai Peluang*

Dalam kepelbagaian ancaman dan risiko yang ada, antara peluang terbesar yang perlu diperkasa ialah penggunaan gajet dalam kalangan generasi muda. Laporan WAN IFRA, 2016 misalnya menunjukkan jumlah pembaca digital dengan pelbagai platform meningkat di seluruh dunia. Kajian *Pew Research Centre* pada 2011 mendapati gajet paling popular di Amerika ialah telefon, diikuti dengan komputer desktop dan laptop.

Pew Research Centre (2011) mengemukakan statistik penggunaan gajet di Amerika dan didapati 85 peratus daripada penduduk Amerika mempunyai telefon. Telefon diperlukan untuk berkomunikasi dan daripada jumlah ini, 96 peratus dipunyai oleh mereka berumur 18-29 tahun. Selain telefon, mereka juga menggunakan komputer riba yang meningkat sehingga 52 peratus dari tahun 2006 hingga 2011.

Terbaharu, statistik menunjukkan peningkatan berterusan berlaku dalam negara-negara membangun dari segi penggunaan telefon pintar dan penggunaan media sosial. Pada tahun 2013-2014, suku daripada mereka yang menetap di negara membangun mempunyai telefon pintar dan mempunyai akses kepada internet dan aplikasi. Menjelang 2017, ia meningkat kepada 72 peratus. Dari segi penggunaan media sosial pula, dari 2015-2016 dapat dilihat empat daripada 10 dewasa melaporkan mereka menggunakan media sosial dan menjelang 2017, 53 peratus didapati menggunakannya dalam kehidupan seharian (*Pew Research Center*, 2018). Telefon pintar hari ini dilaporkan sebagai platform penting untuk mengetahui berita terkini. Misalnya, telefon pintar digunakan untuk mendapat berita dari rumah (46 peratus) dan dalam perjalanan ke tempat kerja (*Reuters Institute Digital News Report*, 2017).

Di Malaysia, penggunaan *WhatsApp* misalnya sudah mula menyaingi *Facebook*. Malaysia dilihat antara negara yang paling aktif menggunakan *WhatsApp* (51 peratus) selain Brazil (46 peratus) dan Sepanyol (32 peratus) (*Reuters Institute Digital News Report*, 2017). Ini mudah dilakukan kerana pengguna telefon pintar yang sangat tinggi di Malaysia. Rakyat Malaysia dikatakan “gila” telefon bimbit daripada kajian AC Neilsen (2013) yang dilaporkan akhbar Sinar Harian. Penggunaan telefon bimbit di Malaysia dikatakan yang ketiga tertinggi di Asia Pasifik serta melebihi negara maju seperti Amerika dan Eropah. Kadar penembusan telefon pintar di Malaysia adalah 80 peratus selepas Hong Kong dan Singapura (87 peratus) diikuti Australia (75 peratus) dan China (71 peratus). Pihak *Google* juga bersetuju mengkategorikan Malaysia sebagai negara yang menggunakan telefon pintar (51 peratus) lebih daripada komputer riba (39 peratus) sekaligus menjadikan Malaysia antara pengguna telefon pintar tertinggi di dunia (Ana Ghoib, 2014).

g) *Gajet Sebagai Peluang – Meneruskan Fungsi Asas Kewartawanan*

Rata-rata semua editor positif dengan penggunaan gajet sebagai alat mendapatkan berita terutama dalam kalangan golongan pembaca muda. Kemudahan ini dilihat sebagai alat untuk meneruskan usaha menyebarkan maklumat menerusi produk kewartawanan. Memandangkan gajet dihubungkan dengan internet, ia memberi peluang yang sangat luas untuk berfungsi sebagai alat bacaan (Schmidt, 2009) tentang apa sahaja berita. Kata Editor SH1:

Orang muda yang tidak fikirkan isu politik dan membaca akhbar hanya untuk hiburan dan berita viral, kebanyakan mereka membaca secara dalam talian dan tidak membeli akhbar cetak.

Editor BH3 menambah:

Orang yang tidak suka membaca akhbar, dia tidak perlu susah-susah. Dia hanya buka *apps* saja misalnya *BH Mobile*. Semuanya percuma. Semua telefon pintar boleh *download* sahaja *apps* ini terus dari *Apps Store* atau *Google Play*. Jadi golongan muda yang malas membeli akhbar dan malas membaca akhbar, tidak perlu lagi susah susah. Dengan itu mereka masih tahu apa yang berlaku di Malaysia.

Ini menunjukkan editor melihat gajet sebagai risiko yang perlu dihadapi dengan tenang dan bijak oleh industri persuratkhabaran. Selain “tidak boleh dilawan”, gajet juga adalah fenomena yang membenarkan berita percuma disebar, dan ini adalah satu bentuk peluang menghidupkan/melestarikan kewartawanan (walaupun dengan risiko kewangan) dan meneruskan fungsi asas kewartawanan iaitu menyebarkan maklumat kepada pembacanya.

h) Gajet sebagai Risiko dan Peluang – Media Sosial

Dalam pada itu, gajet juga dilihat sesetengah editor sebagai satu bentuk risiko yang wujud dalam bidang kewartawanan yang akhirnya dibentuk menjadi peluang oleh pengamal media:

Editor BH1 berkata:

Kita sudah ada *Facebook*, *Twitter* dan laman sesawang sendiri dan kita promosikan semua ini [kepada pembaca]. Ini kerana, apa yang kita faham, generasi muda bergantung sepenuhnya kepada gajet. Jadi kita harus cuba penuhi fenomena itu. Kita ambil serius fenomena ini. Apa yang kita buat sekarang ialah kita teruskan akhbar cetak tapi kita gabungkan sekali dengan digital supaya tidak kehilangan pembaca.

Kenyataan ini memberi gambaran ketegangan yang berlaku dalam dunia kewartawanan. Kewartawanan cetak yang kini beralih kepada digital membawa risiko tersendiri. Siapa golongan pembaca juga membawa risiko tersendiri yang perlu ditangani. Namun secara umum, kajian menunjukkan memang wujud hubungan positif antara laman sosial akhbar-akhbar seperti *Facebook*, *Twitter*, *Web* dan pembaca akhbar cetak di Amerika (Ju et al., 2013). Dengan minat golongan muda yang tinggi terhadap media sosial, maka penggunaan gajet memberi peluang untuk berita disebar dan dibaca golongan ini.

i) Gajet sebagai Risiko dan Peluang – Alat Verifikasi dan Bukti

Jelas perkembangan gajet dan minat yang tinggi terhadapnya serta peluang-peluang yang telah disebutkan tadi mengiyakan kata-kata Editor SH2 ini:

Gajet adalah suatu perkembangan yang tidak boleh kita lawan. Kita kena ikut. Kerana itu di SH, kita ubah format dari bercetak kepada dalam talian.

Namun, sungguhpun perkembangan ini seakan tidak boleh dilawan dan memberi tekanan kepada industri persuratkhabaran, ia tidak terlepas dari ancaman medium baharu itu sendiri. Misalnya, platform atas talian banyak memberi ruang kepada berita kurang tepat

terutama disebar oleh individu bukan wartawan (ancaman), dan institusi akhbar perlu memainkan peranan yang besar dalam membetulkan keadaan ini (peluang), seperti dijelaskan Editor HM1:

Media sosial ini memudahkan begitu banyak maklumat disebar dengan begitu mudah oleh orang ramai. Dengan adanya gajet, bangun pagi mereka sudah dapat akses kepada maklumat tersebut dan nampak berita-berita tidak enak. Tetapi HM ada pengikut tersendiri. Mereka tidak mudah percaya kepada apa yang diviralkan oleh media sosial, tetapi memastikan maklumat dengan membaca HM. Mereka mendapatkan kesahihan berita dengan kami.

Apabila beralih kepada dalam talian, terlalu banyak maklumat menyukarkan penghasilan produk kewartawanan yang tepat (Allcott & Gentzow, 2017). Itulah risiko yang tiada sesiapa dapat menolaknya. Tidak hairan, Editor HM2 menggunakan gajet sebagai peluang untuk mendapatkan lebih bukti untuk pembacanya, dan meningkatkan kredibiliti akhbar:

Dengan adanya gajet ni senang. Kita dengan mudah boleh ambil gambar dan video dengan telefon pintar. Kemudian kita masukkan video dalam berita. Jadi pembaca boleh tengok sendiri apa yang berlaku. Mereka boleh tahu keadaan sebenar dan bukan hanya membaca sahaja dari berita. Kita dapat sediakan bukti, dan kita nampak *credible*.

Kesimpulannya, data kajian tentang penggunaan risiko dan peluang penggunaan gajet oleh generasi muda dalam isu masa hadapan akhbar Malaysia boleh dilihat dalam sekurang-kurangnya tiga keadaan iaitu 1) Gajet Sebagai Peluang – iaitu gajet menjadi alat yang mendekatkan produk media dengan generasi muda, seterusnya membantu melestarikan produk media dan membolehkan kewartawanan menjalankan fungsi asasnya iaitu menyebarkan maklumat. 2) Gajet sebagai Risiko dan Peluang – iaitu penggunaan media sosial menjadi platform untuk berita dibaca dengan lebih minat dan mudah oleh generasi muda; dan risiko terlalu banyak maklumat memberi peluang untuk akhbar bertindak sebagai alat verifikasi maklumat iaitu seolah-olah seperti ‘alat semakan’ terhadap sesuatu berita dalam talian yang belum dapat ditentukan kesahihannya.

KESIMPULAN DAN CADANGAN KAJIAN MASA HADAPAN

Kajian tentang masa hadapan akhbar Malaysia ini menjawab dua persoalan kajian iaitu langkah akhbar-akhbar kajian meningkatkan sirkulasi akhbar cetak dan kaedah meningkatkan populariti akhbar *online*; serta peluang gajet sebagai alat melestarikan kewartawanan masa hadapan. Analisis dibuat berdasarkan temubual dengan 11 editor berita dan editor dalam talian dalam empat akhbar di Malaysia.

Sorotan kesusasteraan menunjukkan beberapa tema penting diangkat penyelidik terdahulu dalam membincangkan masa hadapan akhbar di negara mereka. Antara tema penting termasuklah kemerosotan sirkulasi media cetak, peningkatan populariti akhbar *online*, model perniagaan *online*, kewartawanan digital, gajet dan media sosial. Dalam menganalisis data kajian ini, tiga kategori dalam membincangkan isu masa hadapan kewartawanan diaplikasikan iaitu Risiko dan Ancaman, Peluang dan Kewartawanan Data (Wahl-Jorgensen et al., 2016).

Hasil kajian mendapati bahawa wujud pelbagai risiko dan ancaman terhadap kewartawanan Malaysia terutama dengan kemunculan internet dan akhbar *online*. Tiga tema utama yang muncul berkaitan langkah meningkatkan sirkulasi akhbar cetak ialah meningkatkan kualiti isi kandungan, meningkatkan promosi akhbar dengan masyarakat pembaca dan memperbaiki isi kandungan serta reka letak akhbar. Walaubagaimanapun, isi kandungan dilihat kritikal kerana tidak ramai editor yang menyatakan keperluan untuk ini. Ini kategorikan sebagai peluang yang diancam, kerana kepentingannya seakan-akan kurang diraikan oleh editor.

Kedua, kombinasi isi kandungan yang baik dan reka letak akhbar yang menarik dan kontemporari sesuai dengan keghairahan anak muda terhadap media baharu perlu dilihat sebagai peluang dan ruang yang sangat baik untuk meningkatkan sirkulasi akhbar cetak. Promosi akhbar pula dilihat sebagai unsur ketiga yang penting tetapi dikategorikan dalam kategori 'Peluang dalam risiko' kerana tidakpastian beberapa kaedah promosi seperti penjualan secara pukal.

Dari segi kaedah peningkatan populariti akhbar *online*, rata-rata semua editor selesa dengan perkembangan akhbar *online* mereka. Tiada seorang pun yang negatif dengan perkembangan ini, malah kebanyakannya melihat bentuk itu adalah masa hadapan akhbar di Malaysia. Namun, para editor perlu beringat tentang ketidakpastian model perniagaan akhbar *online* yang rata-rata merungsingkan Barat. Akhbar *online* mungkin dilihat sebagai peluang yang amat baik oleh editor Malaysia (dalam konteks akhbar mereka dalam kajian ini), tetapi ia telah dilihat sebagai ancaman dan risiko yang sangat besar dan menggerunkan di Barat (McChesney, 2016; Soloski, 2013).

Dari perspektif pembaca pula, memang akhbar *online* adalah sangat popular dalam kalangan pembaca muda yang merupakan segmen pembaca terpenting akhbar. Hal ini mungkin sekali boleh mengaburi mata editor dengan beranggapan jika ada sokongan terhadap sesuatu platform berita tersebut, maka ia memberi nadi kepada masa hadapan saluran tersebut. Anggapan ini mungkin benar, tetapi tidak benar seratus peratus memandangkan dari aspek model perniagaan kerana begitu banyak pengalaman dan kajian di Barat yang menunjukkan kegagalan model perniagaan akhbar *online* yang mantap dengan masalah utama pembaca akhbar *online* hanya "melihat" berita dan tidak peduli untuk membayar untuk mendapatkan berita tersebut (Farhi, 2007) dan tidak akan membayar berita secara *online* kerana tidak pernah peduli untuk membayar bagi mendapatkan berita secara bercetak (Fletcher & Nielsen, 2016).

Namun, sinar masih ada bagi akhbar-akhbar *online* yang bersaiz lebih kecil, yang beroperasi dengan model perniagaan mereka yang unik dan lebih mudah diurus dan ini telah dibuktikan di Amerika Syarikat (Krueger & Swatman, 2004). Berita baik juga kepada pengamal media kerana pembaca yang membayar untuk mendapatkan berita secara cetak didapati turut rela membayar untuk mendapatkan berita *online* (Fletcher & Nielsen, 2016).

Berkaitan itu, dalam merungkai persoalan sejauh manakah gajet berperanan sebagai alat yang memberi peluang kepada masa hadapan kewartawanan, tiga dapatan utama diperoleh iaitu 1) gajet adalah peluang kerana membenarkan berita disampaikan dalam bentuk berbeza yang selari dengan keperluan generasi muda. Ini membenarkan kewartawanan menawarkan fungsi asasnya kepada masyarakat. 2) kemunculan media sosial dianggap sebagai risiko dan peluang kerana menawarkan kedua-duanya serentak. Ia merisikokan kewartawanan kerana menawarkan maklumat yang tidak dapat disahkan dalam bentuk yang sangat diminati anak muda. Namun, ia juga adalah peluang kerana maklumat

dapat disampaikan dengan jauh lebih cepat dan murah kepada mereka yang mendambakan maklumat terkini. 3) Ini berkaitan dengan dapatan kedua yang menawarkan risiko dan peluang, iaitu penggunaan gajet menambahluaskan akses terhadap berita yang kurang kredibel dan sekaligus memberi peluang kepada akhbar *online* yang berinstitusi untuk dirujuk sebagai alat membantu verifikasi maklumat.

Menarik sekali, tiada seorang pun editor yang menyentuh soal kewartawanan data mahupun kewartawanan komputer atau CAR. Mungkin sekali di Malaysia ia bukan lagi budaya, tetapi nampaknya ia belum langsung menjadi agenda atau sesuatu yang berada dalam kotak fikiran editor.

Sedikit komentari berkaitan dengan persepsi pengkaji terhadap orientasi jawapan oleh editor-editor dalam kajian ini. Misalnya, salah seorang editor dari salah satu akhbar dalam kajian ini mengaku tidak mengetahui keberkesanan langkah-langkah yang diambil oleh akhbar dalam meningkatkan sirkulasi akhbar. Ini memberi signal yang sangat negatif kepada akhbar ini (dan akhbar lain jika menghadapi masalah ketidatahuan yang sama) kerana mendakwa:

Saya tidak tahu [hasil keberkesanan langkah-langkah meningkatkan sirkulasi akhbar cetak] kerana saya bukan dalam bahagian itu. Editor lebih banyak memikirkan bagaimana berita dipersembahkan kepada pembaca. Statistik memang tak boleh saya nak jawab.

Malah, untuk soalan berkenaan dengan gajet, ada editor yang menjawab soalan itu perlu ditanya kepada peringkat atasan organisasi kerana pihak iatu yang patut menjawab soalan seperti itu. Sikap sebegini boleh menjadi ancaman besar kepada organisasi akhbar kerana mempunyai editor yang hanya tahu pengoperasian di bahagian mereka semata-mata dan tidak mengambil tahu tentang keseluruhan fakta, budaya dan amalan organisasi.

Maka, editor perlu meluaskan kefahaman terhadap operasi akhbar mereka, bukan terhad kepada bahagian di mana mereka bertugas. Selain itu, editor juga perlu membaca bahan-bahan akademik dalam bidang kewartawanan untuk meningkatkan pengetahuan teori dan menyeimbangkannya dengan kemahiran dan teknik kewartawanan. Kewartawanan Malaysia tidak akan mampu bersaing dengan kewartawanan antarabangsa jika editor tidak mengubah sikap mereka terhadap kefahaman tentang dunia kewartawanan. Ini mungkin sekali ancaman terbesar kita, dan jika tidak berubah, tidak akan menjadi peluang sampai bila-bila.

CADANGAN KAJIAN MASA HADAPAN

Kajian berbentuk kuantitatif seperti tinjauan boleh dilakukan di bilik berita mengambil pandangan editor tertinggi, editor dan wartawan. Boleh juga dijalankan kajian tentang tahap CAR di Malaysia adakah sudah dimulakan (jika ya dalam bentuk bagaimana) dan apakah masa hadapan CAR di Malaysia. Seterusnya, kajian masa hadapan boleh dibuat dalam kalangan akhbar *online* sahaja untuk mendalami model perniagaan mereka dan elemen yang diterapkan untuk memastikan survival mereka hingga kini. Hal ini boleh dipelajari oleh organisasi akhbar cetak agar jika perlu bergerak dalam bentuk *online* sahaja, mereka sudah ada panduan untuk perniagaan.

PENGHARGAAN

Kajian ini ditaja Fundamental Research Grant Scheme (FRGS), kod kajian: USIM/FRGS/FKP/32/51615 dengan tajuk The Future of Newspaper in Malaysia.

BIODATA

Siti Suriani Othman adalah pensyarah kanan di Program Komunikasi, Universiti Sains Islam Malaysia. Bidang kajian beliau adalah kewartawanan di samping banyak menulis dalam akhbar tempatan. Email: suriani@usim.edu.my

Liana Mat Nayan bertugas sebagai pensyarah di Jabatan Perhubungan Awam, Universiti Tunku Abdul Rahman. Penyelidikan beliau banyak memfokuskan kepada bidang perhubungan awam dan kewartawanan. Email: liana@utar.edu.my

Lee Kuok Tiung merupakan Pensyarah Kanan di Program Komunikasi, Fakulti Kemanusiaan, Seni & Warisan (FKWS), Universiti Malaysia Sabah (UMS). Fokus penyelidikan beliau adalah pada kewartawanan khususnya penerbitan berita, perundangan komunikasi, resepsi audiens, dan komunikasi politik. Email: lee@ums.edu.my

Nik Norma Nik Hasan bertugas sebagai Timbalan Dekan (Akademik, Hal Ehwal Pelajar dan Alumni) di Pusat Pengajian Komunikasi, Universiti Sains Malaysia sejak 2016. Kepakaran beliau tertumpu kepada Media dan Kewartawanan Alam Sekitar, Komunikasi Risiko dan Pembangunan Lestari. Email: niknorma@usm.my

RUJUKAN

- Ana Ghoib. (2014). Pengguna telefon pintar Malaysia antara tertinggi di dunia, kata Google. *The Malaysian Review*. Diambil daripada <http://www.themalaysianinsider.com/bahasa/article/pengguna-telefon-pintar-malaysia-antara-tertinggi-di-dunia-kata-google#sthash.qgAWkT12.dpuf>
- Audit Bureau of Circulations. (2017). Circulation figures, newspapers West & East Malaysia, paid circulation, average net circulation per publishing day.
- Barthel, M. (2017). Despite subscription surges for largest U.S. newspapers, circulation and revenue fall for industry overall. *Pew Research Center Journalism*. Retrieved from <http://www.pewresearch.org/fact-tank/2017/06/01/circulation-and-revenue-fall-for-newspaper-industry/>
- Berita Harian Online. (2018, Mei 12). Facebook BH Online raih lebih 5 juta 'likes'. Diambil daripada <https://www.bharian.com.my/berita/nasional/2018/05/424590/facebook-bh-online-raih-lebih-5-juta-likes>
- Brandtzaeg, B., P., Marika, L., Spangenberg, J., Rath- Wiggins, L., & Folstad, A. (2015). Emerging journalistic verification practices concerning social media. *Journalism Practice*. doi: 10.1080/17512786.2015.1020331
- Buttry, S. (2014). Verification fundamentals: Rules to live by. *The Verification Handbook, Ultimate Guideline on Digital Age Sourcing for Emergency Coverage*, 14-17.
- Coddington, M. (2014). Clarifying journalism's quantitative turn: A typology for evaluating data journalism, computational journalism and computer-assisted reporting. *Digital Journalism*.
- Farhi, P. (2007). Salvation? The embattled newspaper business is betting heavily on web advertising revenue to secure its survival. But that wager is hardly a sure thing. *American Journalism Review*, 29(6), 18.
- Franklin, B. (2008). The future of newspapers. *Journalism Practice*, 2(3), 306-317. doi: 10.1080/17512780802280984
- Freeman, S. K. (2013). News consumption behavior of young adults in Malaysia. *International Journal of Sciences and Humanity*, 3(2).
- Gentzkow, M., & Allcott, H. (2017) Social media and fake news in the 2016 election. *Journal of Economic Perspectives*, 31(2), 211-236.
- Greenlade, R. (2009, April 9). Bulk sales: A cut-out-and-keep guide. *The Guardian*. Retrieved from <https://www.theguardian.com>
- Hanitzsch, T., & Vos, P. T. (2018). Journalism beyond democracy: A new look into journalistic roles in political and everyday life. *SAGE Journals*, 19(2), doi: 10.1177/1464884916673386 10.1177/107769909006700110
- Hermans, L., & Drok, N. (2015). Is there a future for slow journalism?. *Journalism Practice*, doi: 10.1080/17512786.2015.1102604
- Ju, A., Jeong, H., S., & Chyi, I. H. (2013). Will social media save newspapers?. *Journalism Practices*, 8(1), 1-17. doi: 10.1080/17512786.2013.794022
- Krueger, C. C., & Swatman, C. M. P. (2004). Developing e-business models in practice: The case of the regional online newspaper. *International Journal of Information Technology and Management*, 3(2-4)
- Lasorsa, L. D., & Reese, D. S. (1990). News source use in the crash of 1987: A study of four national media. *SAGE Journals*, 2, doi: 10.1177/107769909006700110
- Lowrey, W., & Shan, Z. (2016). Journalism's fortune tellers: Constructing the future of news. *Journalism*. doi: 10.1177/1464884916670931

- Magin, M. (2017). Attention, please! Structural influences on tabloidization of campaign coverage in German and Austrian elite newspapers (1949-2009). *SAGE Journals*, 1, doi: 10.1177/1464884917707843
- McChesney, W. R. (2016). Journalism is dead! Long live journalism?: Why democratic Societies will need to subsidise future news production. *Journal of Media Business Studies*, doi: 10.1080/16522354.2016.1184919
- Mitchell, A., Gottfried, J., Barthel, M., & Shearer, E. (2016). The modern news consumer. *Pew Research Center Journalism and Media*. Retrieved from <http://www.journalism.org>
- Mohd Hashim Ahmad Makaruddin (2018). The future of the newspaper industry in Malaysia in the era of global media and global culture. *Jurnal Komunikasi: Malaysian Journal of Communication*, 22, 1-7.
- Muhammad Hakimi Tew Abdullah, Muhamad Hanapi Khamis, & Zuliani Mohd Azni, (2018). Pendemokrasian maklumat blog: Isu akauntabiliti dalam kalangan Blogger. *Jurnal Komunikasi: Malaysian Journal of Communication*, 34(3), 361-378.
- Nettleton, H. P. (2015). Stop the press: The future of journalism is not post-political. *The Communication Review*, 18(2), 123-141. doi: 10.1080/10714421.2015.1031997
- Nguyen, A., & Mark, W. (2006). The complementary relationship between the Internet and traditional mass media: The case of online news and information. *ERIC Journal*, 11(3).
- Newman, N., Fletcher, R., Kalogeropoulos, A., Levy, D., & Nielsen, K. R. (2017). Reuters Institute digital news report 2017. *SSRN*. Retrieved from <https://papers.ssrn.com>
- Nielsen, K. R. (2015). The decline of newspapers and the rise of digital media. *Local Journalism*.
- Picard, G. R. (2003). The economics of the daily newspaper industry. *Media Economics Theory and Practice*, 18.
- Poushter, J., Bishop, C., & Chwe, H. (2018). Social media use continues to rise in developing countries but plateaus across developed ones, digital divides remain, both within and across countries. *Pew Research Center Global Attitudes & Trends*. Retrieved from <http://www.pewglobal.org/>
- Posetti, J. (2014). Trends in newsroom #3: Back to basics with social media verification. Retrieved from <http://blog.wan-ifra.org/2014/07/09/trends-in-newsrooms-3-back-to-basics-with-social-media-verification>
- Preston, P. (2016, Oktober). Bulk sales. *The Guardian*. Retrieved from <https://www.theguardian.com/media/>
- Schindler, J., Kramer, B., & Muller, P. (2017). Looking left or looking right? Effects of newspaper layout style on the perception of political news. *SAGE Journals*, 32(4), doi: 10.1177/0267323117718463
- Schmidt, E. (2009 December 1). How Google can help newspapers. *The Wall Street Journal*.
- Shahrul Nazmi Sannusi & Normah Mustaffa. (2015). Akhbar versi digital: Implikasi terhadap trend sirkulasi akhbar bercetak di malaysia. *Jurnal Komunikasi: Malaysian Journal of Communication*, 31(2), 687-701.
- Sinar Online*. (2013, September 21). Malaysia 'gila' telefon pintar.
- Skovsgaard, M. (2014). A tabloid mind? Professional values and organizational pressures as explanations of tabloid journalism. *SAGE Journals*, 36(2), doi: 10.1177/0163443713515740

- Smith, A. (2011). Americans and their gadgets. *Pew Research Center Internet and Technology*. Retrieved from <http://www.pewinternet.org/2010/10/14/americans-and-their-gadgets/>
- Soloski, J. (2013). Collapse of the US newspaper industry: Goodwill, leverage and bankruptcy. *SAGE Journals*, 14(3). doi: 10.1177/1464884912472016
- Vu, T. H. (2014). The online audience as gatekeeper: The influence of reader metrics on news editorial selection. *SAGE Journals*, 15(8). doi: 10.1177/1464884913504259
- Waal, D. E., Schonbach, K., & Lauf, E. (2005). Online newspaper: A substitute or complement for print newspapers and other information channels?. *DE GRUYTER*, 30(1). doi: 10.1515.2005.30.1.55
- Wahl-Jorgensen, K., Williams, A., Sambrook, R., Harris, J., Garcia-Blanco, I., Dencik, L., Cushion, S., Carter, C., & Allan, S. (2016). The future of journalism. *Digital Journalism*, 4(7), 809-815. doi: 10.1080/21670811.2016.1199469
- World Association of Newspapers and News Publisher [WAN-IFRA]. (2016). Activity report.
- Zaim Aiman Ibrahim, & Shahreen Mat Nayan, (2018). Kewartawanan advokasi: Elemen advokasi utusan pengguna sebagai alat sokongan rakyat. *Jurnal Komunikasi: Malaysian Journal of Communication*, 34 (3), 326-348.
- Zickuhr, K. (2011 February 3). Generations and their gadgets. *Pew Research Center*. Retrieved from <http://www.pewinternet.org/2011/02/03/generations-and-their-gadgets/>