

**KEPERLUAN, KEGUNAAN DAN KEPUASAN PORTAL BERITA
DALAM KALANGAN REMAJA KADAZANDUSUN DI SABAH
NEEDS, USES AND GRATIFICATIONS OF NEWS PORTAL
AMONG KADAZANDUSUN TEENAGERS IN SABAH**

AISAH MERI¹ LEE KUOK TIUNG² SITI NURBAYU MOHD YUSOFF³
CYRIL MODILI⁴

^{1,2,3&4}Program Komunikasi, Fakulti Sains Sosial dan Kemanusiaan, 88400 Universiti Malaysia Sabah

¹aisah.meri@ums.edu.my ²lee@ums.edu.my ³bayu.yusoff@ums.edu.my

⁴cyrilmodili@ums.edu.my

Tarikh dihantar: 12 Januari 2020 / Tarikh diterima: 29 Mac 2020

ABSTRAK Pola penggunaan portal berita dalam kalangan remaja di Sabah merupakan sesuatu yang menarik untuk diselidiki memandangkan industri portal berita yang kian berkembang. Kajian ini mempersempahkan pola kegunaan dan kepuasan portal berita daripada tinjauan ke atas 300 orang remaja Kadazandusun Sabah yang berpandukan kepada Teori Kegunaan dan Kepuasan (U&G). Hasil dapatan kajian mendapati keperluan kognitif, keperluan penyepaduan diri dan keperluan penyepaduan sosial merupakan keperluan utama penggunaan portal berita dalam kalangan remaja Kadazandusun. Data juga menunjukkan remaja Kadazandusun kerap menggunakan portal berita untuk tujuan pembelajaran, pencarian maklumat dan hiburan. Sementara itu, kepuasan yang paling tinggi diperoleh remaja ini adalah mudah, interaktiviti dan pengawasan. Kajian mendapati bahawa dalam fenomena kaya media pada hari ini, portal berita sentiasa memainkan peranan penting dan diterima dengan baik dalam kalangan remaja Kadazandusun di Sabah khususnya.

Kata kunci: Keperluan, kegunaan, kepuasan, remaja, portal berita.

***ABSTRACT** Pattern on news portal usage among Kadazandusun teenagers in Sabah is an intriguing subject to study as the news portal industries in Sabah itself has tremendously bloomed. This study present finding from survey of 300 Kadazandusun teenagers in Sabah based on uses and gratification theory (U&G). The findings found that cognitive needs, social integrative needs and personal integrative needs are the most important in news portal usage among Kadazandusun teenagers. In addition, data suggest that news portal are used primarily as learning, information searching and entertainment. Meanwhile, the highest gratification derived are easy, interactivity and surveillance. This*

study concludes that in a media rich environment, the news portal has kept its functional role and well accepted among Kadazandusun teenagers in Sabah.

Keywords: *Needs, uses, gratifications, teenagers, news portal.*

PENDAHULUAN

Sejak sekian lamanya akhbar berperanan sebagai medium utama yang memainkan peranan penting untuk menyampaikan maklumat terkini dan isu semasa yang berlaku di dalam dan luar negara (Akanda & Haque, 2013). Perubahan landskap pembacaan akhbar telah menjadi polemik hangat dan membimbangkan di mana pembacaan akhbar konvensional yang semakin merudum terutamanya dalam kalangan golongan muda (Lauf, 2001 & Freeman, 2013). Namun begitu, kehadiran media baharu seperti internet telah mengubah corak pembacaan apabila golongan muda yang sering dikaitkan dengan pembacaan akhbar yang rendah kini telah beralih kepada trend baharu iaitu pembacaan akhbar dalam talian atau lebih dikenali sebagai portal berita (Freeman, 2013). Media tradisional seperti akhbar pula dilihat gagal memberikan maklumat kepada pembaca muda, menyebabkan mereka mengambil inisiatif dengan melakukan pembacaan menerusi portal berita yang tersedia (Wilson *et al.*, 2011). Remaja terdiri daripada khalayak yang cukup aktif dalam menggunakan media (Blumler & Katz, 1974). Pada masa yang sama, media juga dilihat berperanan sebagai pembentuk identiti remaja khususnya di Malaysia ekoran daripada proses globalisasi yang berlaku pada masa kini (Haryati, 2014).

Justeru, kehadiran media baharu seperti internet turut dilihat sebagai alat perhubungan dan komunikasi yang semakin penting dan pada masa yang sama memberikan impak ketara terhadap industri akhbar dengan pengenalan akhbar dalam talian (*online news*). Industri akhbar di negara ini tidak lagi tertumpu kepada akhbar bercetak semata-mata, malah telah berkembang dengan memperkenalkan akhbar versi dalam talian atau lebih dikenali sebagai portal berita. Melalui portal berita, pengguna boleh membaca berita yang sama dari akhbar bercetak menggunakan internet. Strategi memperkenalkan portal berita telah menarik semula perhatian golongan pembaca dan menjadi

strategi utama kepada syarikat akhbar bagi memancing semula minat pembaca dalam usaha meneruskan survival industri akhbar yang dikatakan semakin malap (Erlindson, 1995).

Syarikat akhbar di Malaysia seperti *The Star*, *Harian Metro*, *Sinar Harian*, *Utusan Malaysia*, *Berita Harian* dan syarikat akhbar yang lainnya telah melancarkan portal berita masing-masing bagi memenuhi kehendak khalayak di Malaysia. Melalui konsep portal, khalayak bebas memilih isi kandungan berita yang dikehendaki, bebas membaca mengikut masa yang digemari, mempunyai ciri-ciri interaktiviti seperti kemudahan memberikan komentar, laman sembang, berkongsi pautan berita melalui laman sosial atau blog serta pengguna dihidangkan dengan paparan ilustrasi dan foto yang lebih menarik. Maklumat melalui portal berita dikatakan lebih mudah diperolehi dan semakin fleksibel berbanding maklumat daripada akhbar bercetak. Pengenalan terhadap pelbagai bentuk medium teknologi seperti telefon pintar, komputer riba dan pelbagai variasi tablet juga sekali gus telah mengubah landskap penggunaan media baharu dalam kalangan masyarakat.

KAJIAN LEPAS

Teori Kegunaan dan Kepuasan (U&G) merupakan suatu pendekatan yang dilihat begitu bersesuaian dalam memahami penggunaan media dan tingkah laku khalayak sebenar (Katz, 1974). Sebenarnya, sejarah awal kajian khalayak dan media telah bermula dalam dekad 1940-an dan kajian-kajian ini tertumpu kepada kesan langsung komunikasi terhadap khalayak. Sarjana komunikasi seperti Wimmer dan Dominick (1994) telah mengemukakan bahawa teori U&G bermula pada tahun 1940-an apabila para pengkaji mula tertarik untuk mengkaji mengapa khalayak terlibat dalam pelbagai bentuk tingkah laku media seperti mendengar radio dan membaca akhbar. Sejarah awal kajian komunikasi melihat teori U&G ini dibangunkan bertujuan mengkaji kepuasan yang diperolehi khalayak yang menggunakan pelbagai jenis media yang mana kandungannya mampu memenuhi keperluan sosial dan psikologi mereka (Cantril, 1942). Ruggerio (2000) mendapati usaha kajian komunikasi yang menyamai perspektif U&G, iaitu desakan terhadap anjakan perubahan paradigma daripada model tradisi kepada kajian khalayak

telah lama bermula sebelum kemunculan kajian Katz lagi iaitu sekitar 1940-an. Walaupun sejarah teori U&G dikatakan agak kompleks dan rumit, Lee (2003) berpendapat bahawa teori ini merupakan sebuah teori yang mantap dan diperakui kredibilitinya untuk kajian media oleh semua.

Hasil kajian awal teori U&G yang ditemui bermula tahun 1940-an dan awal 1950-an adalah bersifat deskriptif dengan percubaan untuk mengklasifikasikan respons kepada khalayak dalam kategori-kategori yang lebih bermakna. Pada masa yang sama, kajian ini turut melihat hubungan di antara keperluan dan kegunaan yang tertentu dengan kepuasan (Berelson, Lazarsfeld & McPhee, 1954; Katz & Lazarsfeld, 1955; Lazarsfeld, Berelson & Gaudet, 1948; Merton, 1949). Namun, usaha-usaha awal ini mempunyai kelemahannya kerana gagal menguji agihan kekerapan dalam populasi kerana hampir kesemua kajian adalah berdasarkan kaedah kualitatif iaitu dengan matlamat menyiasat.

Usaha Ruggerio (2000) menyorot kajian awal U&G dilihat penting bagi melihat perkembangan sebenar teori U&G. Antara kajian awal sepanjang tempoh ini adalah Cantril dan Allport (1935) yang mengkaji tentang khalayak radio, manakala Waples, Berelson dan Broadshaw (1940) mengkaji tentang pembacaan. Sementara itu, Herzog (1940, 1944) mengkaji tentang program kuiz dan kepuasan yang diperoleh daripada rancangan harian radio. Suchman (1942) pula telah mengkaji tentang tujuan mendengar muzik, sementara Wolfe dan Fiske (1949) mengkaji tentang minat kanak-kanak membaca komik. Seterusnya, Lazarsfeld dan Stanton (1942, 1944, 1949) telah mengkaji genre dalam media.

Katz (1987) berpendapat kritikan awal terhadap teori U&G lebih memfokuskan kepada empat fakta, iaitu terlalu banyak bergantung kepada laporan diri, tidak sofistikated terhadap punca sosial keperluan yang dibawa oleh khalayak kepada media, tidak kritikal dalam kemungkinan disfungsi kepuasan masing-masing terhadap masyarakat dan khalayak tertentu serta terlalu terikat oleh kepelbagaian yang digunakan khalayak untuk memberi perhatian terhadap teks. Kejayaan Katz memperbaiki kelemahan tersebut kemudiannya telah menjadi titik permulaan kepada perkembangan kajian U&G oleh sarjana komunikasi yang lain dalam konteks yang lebih jelas.

Menjelang tahun 1950-an, Wimmer dan Dominick (1994) mendapati para pengkaji mula mengenal pasti dan mengoperasikan banyak pemboleh ubah psikologi sosial yang dianggap telah menjadi perintis kepada corak kepuasan hasil daripada corak penggunaan yang berlainan. Tidak dinafikan bidang psikologi sosial telah menyumbang kepada perspektif U&G dan teori komunikasi yang lain. Bermula pada tahun 1950-an, usaha silang disiplin (*cross-disciplinary*) di antara pengkaji U&G dengan ahli psikologi telah menghasilkan banyak kajian tentang bagaimana khalayak berinteraksi dengan media.

Pada sekitar tahun 1970-an, para pengkaji mula tertarik untuk mengkaji motivasi khalayak dan telah mengembangkan tipologi tambahan terhadap jenis penggunaan media dalam kalangan khalayak yang memuakan keperluan psikologi sosial (Ruggerio, 2000). Rayburn (1996) menambah, para pengkaji teori U&G pada tahun 1970-an mula menumpukan perhatian kepada pencarian kepuasan, menyisihkan kesan dan kepuasan yang diperolehi. Rosengren (1974) menyarankan bahawa keperluan asas khalayak menggunakan produk spesifik media berhubung kait mengikut pelbagai cara bergantung kepada perwatakan individu dan juga persekitaran sosial untuk menghasilkan apa yang dianggap masalah dan penyelesaian masalah.

Usaha melihat hubungan di antara motif psikologi dan kepuasan komunikasi dapat dilihat menerusi usaha Palmgreen dan Rayburn (1979) yang mengkaji pendedahan penonton terhadap televisyen. Kedua-dua sarjana ini menyimpulkan bahawa penontanan televisyen dipengaruhi oleh ketersediaan media, jadual kerja dan desakan sosial khalayak pada masa itu. Palmgreen dan Rayburn berpendapat cabaran utama para pengkaji media adalah mengintegrasikan peranan yang dimainkan oleh kepuasan serta faktor lain ke dalam teori penggunaan media. Blumler (1979) telah mengenal pasti tiga asas sosial dalam kepuasan media, iaitu pengaruh normatif, perubahan hidup sosial dan juga reaksi subjektif individu terhadap situasi sosial.

Kajian kegunaan dan kepuasan yang dijalankan menjelang tahun 1980-an dilihat sudah mula menghasilkan reaksi yang mantap terhadap kritikan (Rubin, 1983). Kajian-kajian yang dijalankan pada tempoh masa ini lebih tertumpu kepada kepuasan dalam televisyen, radio dan lain-lain media

elektronik dan dilihat sebagai satu keadaan yang berbeza berbanding tahun 1970-an. Sebagai contoh, Ostman dan Jeffers (1980) mengkaji tentang hubungan di antara motif menonton televisyen dan potensi terhadap gaya hidup dan sifat televisyen untuk meramal penonton televisyen. Bantz (1982) mengeksplorasi perbezaan di antara medium umum dan tujuan penonton program televisyen yang lebih spesifik dan membuat perbandingan dengan penemuan kajian.

Teori U&G tidak hanya terhenti setakat itu sahaja. Para penyelidik dalam bidang komunikasi berpendapat bahawa fenomena '*new media*' telah memberikan khlayak masa kini penggunaan dan kepuasan media yang baharu. Dikatakan bahawa teori ini merupakan rangka teoretikal yang pertama diguna pakai apabila ledakan medium baharu diperkenalkan terhadap khlayak (Rafaeli, 1986; Morris dan Ogan, 1996). Sejarah teori kegunaan dan kepuasan juga memperlihatkan ramai penyelidik memulakan usaha untuk mengkaji media baharu seperti televisyen berkabel, VCR, komputer dan komunikasi berpengantara komputer seperti internet juga laman web (Ruggeiro, 2000). Peningkatan pelbagai kajian berpandukan pendekatan U&G juga semakin banyak dilaksanakan dan di antaranya melalui usaha ramai sarjana seperti Leung dan Wei (1999), Roos (1993) dan Eighmey dan McCord (1998). Lewat 1990-an menyaksikan perubahan persekitaran media turut memberikan impak penting dan membawa kepada pelbagai penemuan baharu. Kepesatan penggunaan komunikasi berpengantara komputer seperti internet dan laman web telah mendapat perhatian ramai pengkaji (Cunningham & Finn, 1996; Morris & Ogan, 1996). December (1996) berhasil mengenal pasti tujuan khlayak menggunakan internet iaitu komunikasi, interaksi dan maklumat. Menjelang lewat abad ke-20 dan abad ke-21, sarjana dalam bidang komunikasi dilihat semakin kerap menggunakan teori U&G untuk mengkaji komunikasi berpengantara komputer (Papacharissi & Rubin, 2000 & Ferguson & Perse, 2000). Penggunaan teori U&G turut digunakan dalam mengkaji perilaku penonton filem dalam kalangan khlayak. Haryati (2014) mendapati khlayak lebih menggemari filem Inggeris berbanding filem tempatan di Malaysia bagi memenuhi kepuasan sosialisasi khlayak itu sendiri.

Begitu pun, kajian-kajian yang memfokuskan terhadap kegunaan dan kepuasan portal berita khususnya di Sabah adalah sangat terhad. Belum terdapat bukti mencukupi yang mampu menggambarkan bagaimanakah pola sebenar kegunaan dan kepuasan portal berita di negeri ini. Kajian yang menjurus kepada perkaitan di antara kegunaan dan kepuasan portal berita dengan golongan remaja adalah sedikit dan lebih berbentuk umum. Kebenaran dakwaan ini sebenarnya boleh dilihat apabila amat sukar untuk mengakses data penyelidikan yang berkaitan dengan pola kegunaan dan kepuasan portal berita di mana-mana pusat perpustakaan mahupun bahagian unit penyelidikan kerajaan dan swasta. Justeru, kewujudan mediaskap baharu dalam penggunaan portal berita memerlukan pengkonsepian yang baharu. Melihat kepada kerangka teoretikal yang digunakan dalam kajian ini, secara asasnya teori U&G jelas boleh diguna pakai untuk menjelaskan penggunaan media baharu dan wujud kelompangan ilmu pada kerangka teoretikal untuk menjelaskan pola penggunaan media baharu yang sebenar. Mediaskap baharu memerlukan pengkonsepian baharu bagi menambah baik teori U&G dalam menjelaskan perilaku khalayak aktif (Ruggeiro, 2000 & Sundar & Limperos, 2013).

OBJEKTIF KAJIAN

Objektif utama makalah ini adalah bertujuan untuk:

1. Meninjau keperluan-keperluan yang mendorong remaja Kadazandusun mengakses portal berita.
2. Melihat faktor-faktor kegunaan portal berita dalam kalangan remaja Kadazandusun.
3. Mengenal pasti bentuk-bentuk kepuasan yang diperoleh remaja Kadazandusun menerusi akses kepada portal-portal berita.

METODOLOGI

Kajian ini berupa kajian tinjauan menggunakan borang soal selidik ke atas 300 orang remaja Kadazandusun yang berumur di antara 13 hingga 25 tahun di kawasan Kota Kinabalu, Tuaran, Kota Belud dan Papar. Pemilihan etnik Kadazandusun sebagai subjek utama dalam kajian ini dilakukan ke atas etnik

Kadazandusun yang merupakan etnik terbesar di Sabah (Jabatan Perangkaan Malaysia, 2015). Sementara itu, unit pengelasan remaja difokuskan kepada kumpulan yang berada dalam lingkungan umur 13 hingga 25 tahun. Pengelasan ini adalah berasaskan kepada kajian yang dilakukan oleh Samsudin dan Latifah (1999).

DAPATAN KAJIAN

Dapatan kajian dipersembahkan berdasarkan demografi responden, penggunaan portal berita secara umum dan seterusnya keperluan yang mendorong remaja Kadazandusun menggunakan portal berita, faktor kegunaan dan bentuk kepuasan yang diperoleh mereka daripada penggunaan portal berita.

Demografi Responden

Keseluruhan responden yang terlibat dalam kajian dilihat menerusi keseimbangan pensampelan iaitu melibatkan 150 remaja lelaki dan 150 remaja perempuan dari etnik Kadazandusun. Dalam kalangan responden berikut, pengagihan jantina dipersembahkan menerusi 50 peratus responden lelaki dan 50 peratus responden perempuan. Jadual 1 di bawah menunjukkan jantina responden.

Jadual 1 Jantina responden

Jantina	Kekerapan	Peratus
Lelaki	150	50
Perempuan	150	50
Jumlah	300	100

N = 300

Dari segi petempatan asal responden, hasil analisis kajian mendapati majoriti responden Kadazandusun berasal dari kawasan luar bandar iaitu sebanyak 79.3 peratus, sementara bakinya adalah responden yang datang dari kawasan bandar dengan jumlah peratusan sebanyak 20.7 peratus. Jadual 2 menunjukkan tempat tinggal asal responden.

Jadual 2 Tempat tinggal asal responden

Tempat Tinggal Asal	Kekerapan	Peratus
Bandar	62	20.7
Luar Bandar	238	79.3
Jumlah	300	100

N = 300

Berdasarkan jenis kelayakan tertinggi oleh responden, majoriti responden dalam kajian ini memiliki kelayakan taraf Sijil Tinggi Pelajaran Malaysia (STPM) dan diploma sebagai kelayakan akademik tertinggi iaitu 33.3 peratus, diikuti oleh responden yang memiliki kelayakan Sijil Pelajaran Malaysia (SPM) yang mewakili 19.3 peratus. Kelayakan pendidikan tertinggi bagi Penilaian Menengah Rendah (PMR) dan PT3 serta Ijazah Sarjana Muda mencatatkan persamaan apabila masing-masing mencatatkan jumlah sebanyak 16.3 peratus. Hanya 14.7 peratus daripada responden yang ditemui memiliki kelayakan Ujian Penilaian Sekolah Rendah (UPSR). Jadual 3 menunjukkan kelayakan akademik responden.

Jadual 3 Kelayakan akademik responden

Akademik	Kekerapan	Peratus
UPSR	44	14.7
PMR/PT3	49	16.3
SPM/SPVM	59	19.3
STPM/STAM/Diploma	100	33.3
Ijazah Sarjana Muda	49	16.3
Jumlah	300	100

N = 300

Pembacaan Berita Secara Umum

Daripada 300 responden yang ditemui, lebih separuh iaitu 53.7 peratus daripada responden membaca portal berita sebanyak dua hingga tiga kali dalam seminggu dan disusuli 20.7 peratus responden yang membaca sekali sahaja dalam masa seminggu. Hasil dapatan juga mendapati terdapat responden yang membaca sebanyak empat hingga lima kali, iaitu dengan jumlah peratusan sebanyak 15.7 peratus. Selebihnya, iaitu 10 peratus daripada

responden menyatakan bahawa mereka agak kerap membaca portal berita, iaitu dengan purata enam hingga tujuh kali dalam masa seminggu. Jadual 4 menunjukkan purata pembacaan portal berita dalam seminggu.

Jadual 4 Purata pembacaan portal berita dalam seminggu

Purata Masa	Kekerapan	Peratus
Sekali sahaja	62	20.7
2 hingga 3 kali	161	53.7
4 hingga 5 kali	47	15.7
6 hingga 7 kali	30	10.0
Jumlah	300	100

N = 300

Dari segi purata masa yang digunakan setiap kali membaca portal berita, 87 peratus responden yang ditemui membaca dalam tempoh masa satu jam atau kurang dari satu jam. Hanya 12.3 peratus responden yang ditemui memperuntukkan masa purata dua jam dan diikuti oleh 0.7 peratus responden yang merupakan *'heavy reader'*, iaitu memperuntukkan purata masa melebihi dua jam setiap kali membaca portal berita. Jadual 5 menunjukkan purata masa setiap kali membaca portal berita.

Jadual 5 Purata masa setiap kali membaca portal berita

Purata Masa	Kekerapan	Peratus
Satu jam atau kurang	261	87.0
2 jam	37	12.3
Melebihi 2 jam	2	0.70
Jumlah	300	100

N = 300

Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahawa portal berita dalam versi Bahasa Melayu menjadi pilihan utama responden dengan nilai min 4.31. Portal berita dalam versi Bahasa Inggeris menjadi pilihan kedua responden, iaitu dengan mencatatkan nilai min 3.05 sementara portal berita tempatan yang terdiri dari tiga bahasa, iaitu Bahasa Melayu, Bahasa Inggeris dan Kadazandusun menjadi pilihan ketiga dengan nilai min terendah iaitu 2.09. Jadual 6 menunjukkan kekerapan pembacaan mengikut bahasa.

Jadual 6 Kekerapan pembacaan mengikut bahasa

Bahasa Akhbar	Tidak Pernah	Jarang	Sekali-Sekala	Kerap	Sangat Kerap	Min
	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)
Bahasa Melayu	-	-	2.7	46.2	51.1	4.31
Bahasa Inggeris	5.7	22.0	40.7	24.7	7.0	3.05
Pelbagai Bahasa (Kadazandusun/ Melayu/Inggeris)	40.3	23.3	25.7	7.7	3.0	2.09

N = 300

Saluran utama yang dijadikan oleh responden untuk mengakses berita adalah telefon pintar dengan kemudahan aplikasi seperti Whatsapp, Facebook dan Instagram dengan nilai min tertinggi iaitu 4.30, diikuti oleh komputer riba dengan 2.82. Komputer dan tablet dilihat kurang digunakan oleh responden sebagai saluran dalam mengakses portal berita apabila mencatatkan nilai min yang rendah iaitu 2.26 dan 1.98. Jadual 7 menunjukkan saluran utama pilihan responden.

Jadual 7 Saluran utama pilihan

Bahasa Akhbar	Tidak Pernah	Jarang	Sekali-Sekala	Kerap	Sangat Kerap	Min
	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)
Aplikasi telefon pintar	1.7	1.0	11.3	29.7	56.3	4.30
Komputer riba	19.0	25.0	25.0	17.0	14.0	2.82
Tablet	43.3	30.0	15.7	7.0	4.0	1.98
Komputer	32.7	32.3	17.3	11.0	6.7	2.26

N = 300

Hasil analisis deskriptif mendapati pembacaan portal berita oleh remaja Kadazandusun lazimnya didorong oleh *push news*, iaitu pautan menerusi aplikasi menerusi media sosial seperti aplikasi Whatsapp dan Facebook dengan jumlah peratusan 75 peratus, sementara hanya 25 peratus responden pula mencari sendiri berita yang diinginkan. Jadual 8 menunjukkan faktor pembacaan dalam kalangan responden.

Jadual 8 Faktor pembacaan

Faktor	Kekerapan	Peratus
Mencari sendiri berita (<i>Surfing</i>)	74	25
Pautan media sosial (<i>Push News</i>)	226	75
Jumlah	100	100

N = 300

Sementara itu, hasil dapatan kajian ini mendapati *Berita Harian Online* merupakan portal berita yang paling popular dalam kalangan remaja Kadazandusun, iaitu sebanyak 40 peratus, diikuti oleh *Harian Metro Online* sebanyak 22 peratus. *Awani Online* pula menduduki kedudukan ketiga dengan jumlah 18 peratus, *News Sabah Times Online* sebanyak lapan peratus, sementara *Utusan Online* dan *MStar Online* masing-masing mencatatkan sebanyak 7 peratus dan 5 peratus. Jadual 9 menunjukkan portal berita paling popular dalam kalangan responden.

Jadual 9 Portal berita paling popular

Portal Berita	Kekerapan	Peratus
<i>BH Online</i>	173	40
<i>HMetro Online</i>	95	22
<i>Awani Online</i>	75	18
<i>News Sabah Times Online</i>	33	8
<i>Utusan Online</i>	32	7
<i>MStar Online</i>	23	5

N = 300

Keperluan, Kegunaan dan Kepuasan Remaja Kadazandusun Terhadap Portal Berita

Secara keseluruhannya, kajian ini mendapati bahawa keperluan utama yang mendorong remaja Kadazandusun untuk membaca portal berita adalah keperluan kognitif, diikuti pula oleh keperluan lain seperti keperluan penyepaduan sosial, keperluan penyepaduan diri, keperluan afektif dan juga keperluan pelepasan diri. Situasi ini menjelaskan bahawa keperluan pelepasan diri merupakan keperluan yang paling rendah. Jadual 10 menunjukkan keperluan utama pembacaan portal berita.

Jadual 10 Keperluan utama pembacaan portal berita

Keperluan	Nilai Min
Kognitif	4.04
Afektif	3.48
Penyepaduan diri	3.63
Pelepasan diri	3.43
Penyepaduan sosial	3.82

N = 300

Daripada tujuh pemboleh ubah yang dioperasikan di bawah faktor kegunaan portal berita dalam kalangan remaja, pembelajaran merupakan faktor kegunaan yang paling utama dalam penggunaan portal berita mereka, diikuti oleh kegunaan untuk pencarian maklumat, hiburan, identiti personal, pemesongan, aktiviti sewaktu bosan serta tabiat. Jadual 11 menunjukkan faktor kegunaan utama pembacaan portal berita dalam kalangan responden.

Jadual 11 Faktor kegunaan utama pembacaan portal berita

Kegunaan	Nilai Min
Pencarian maklumat	3.82
Identiti personal	3.64
Pembelajaran	3.90
Tabiat	3.31
Aktiviti sewaktu bosan	3.34
Pemesongan	3.44
Hiburan	3.71

N = 300

Hasil analisis keseluruhan bagi enam pemboleh ubah kepuasan penggunaan portal berita mendapati sifat portal berita yang mudah merupakan kepuasan utama yang diperoleh remaja. Kemudian, diikuti dengan kepuasan pengawasan, interaktiviti, kawalan, perbincangan interpersonal dan komunikasi berterusan. Jadual 12 menunjukkan kepuasan utama pembacaan portal berita oleh responden.

Jadual 12 Kepuasan utama pembacaan portal berita

Kepuasan	Nilai Min
Interaktiviti	3.87
Mudah	4.10
Perbincangan interpersonal	3.78
Pengawasan	3.88
Komunikasi berterusan	3.68
Kawalan	3.80

N = 300

PERBINCANGAN

Kajian ini merumuskan bahawa penggunaan portal berita oleh remaja Kadazandusun dianggap sebagai pengguna portal berita yang membaca secara sederhana. Majoriti remaja yang ditemui menyatakan bahawa mereka membaca portal berita sebanyak dua hingga tiga kali dalam seminggu dan memperuntukkan masa pembacaan yang kurang daripada tempoh sejam bagi setiap kali membaca. Jika dilihat pada kecenderungan bahasa yang digunakan, majoriti responden yang ditemui menyatakan bahawa mereka lebih gemar mengakses portal berita dalam Bahasa Melayu kerana lebih mudah difahami berbanding bahasa lain. Apa yang menarik untuk dilihat adalah pembacaan berita dalam portal berita sebenarnya dipengaruhi oleh *push news* ataupun pautan yang dikongsi oleh rakan berbanding dengan aktiviti mencari sendiri berita yang diinginkan. Hasil kajian ini turut mendapati bahawa pola penggunaan telefon pintar menunjukkan penggunaan tertinggi berbanding dengan penggunaan medium lain seperti komputer riba, komputer meja ataupun tablet. Telefon pintar dilihat lebih mesra pengguna (*friendly user*) berbanding medium yang lain.

Tidak dapat dinafikan bahawa keperluan psikologi sosial sebenarnya berhubung kait dengan pilihan media dan turut mempengaruhi keperluan seseorang individu. Hasil analisis umum menunjukkan wujud keperluan dalam menentukan perilaku penggunaan portal berita remaja Kadazandusun yang dikaji. Ia dilihat bersamaan dengan pendapat Blumler (1995) di mana khalayak sebenarnya sangat aktif dan mempunyai kuasa menggunakan media

bagi memuaskan keperluan mereka. Keperluan kognitif sebagai contohnya dilihat sebagai keperluan paling utama yang mendorong kepada penggunaan portal berita dalam kalangan remaja Kadazandusun. Penemuan ini bukanlah sesuatu yang baharu sekiranya kita merujuk kepada sifat portal berita itu sendiri yang telah dianggap sebagai medium penyebaran maklumat. Keperluan kognitif dalam kajian ini dapat ditafsirkan sebagai keperluan untuk sentiasa memerhati perkembangan semasa dalam pelbagai sudut tidak kira ekonomi, sosial dan juga politik di samping mempelajari sesuatu yang baharu serta menarik dan hal ini menunjukkan persamaan dengan kajian Bonfadelli (1986).

Faktor kegunaan pembelajaran dilihat sebagai faktor penggunaan portal berita yang paling utama dalam kalangan remaja Kadazandusun. Penggunaan portal berita dijadikan sebagai satu sumber pembelajaran yang penting kerana mampu menambah ilmu pengetahuan di samping mempelajari sesuatu yang baharu dan sebagai medium rujukan penting dalam mendapatkan maklumat. Dapat disimpulkan bahawa portal berita dilihat sebagai satu sumber berita kukuh yang mempunyai kredibiliti berikutan ciri utamanya yang kaya dengan maklumat. Selain itu, penggunaan portal berita menerusi media yang pelbagai sebenarnya menawarkan kepuasan yang berbeza bagi setiap remaja Kadazandusun. Hasil analisis kajian mendapati kepuasan yang paling ketara diperoleh remaja Kadazandusun sewaktu menggunakan portal berita adalah kepuasan mudah. Kepuasan mudah ini dapat disamaertikan dengan kepuasan mobiliti yang merujuk kepada kebolehan mengakses portal berita pada bila-bila masa. Hal ini demikian kerana kebanyakan remaja Kadazandusun mengakses portal berita mereka menerusi telefon pintar masing-masing. Kepesatan teknologi yang membiasakan pengenalan terhadap penggunaan telefon pintar dan komputer riba dengan akses internet memudahkan golongan remaja untuk mengakses portal berita yang diminati.

KESIMPULAN

Secara keseluruhannya, tiga objektif utama dalam usaha melihat pola penggunaan portal berita dalam kalangan remaja Kadazandusun berjaya melihat keperluan kognitif, kegunaan pembelajaran dan kepuasan mudah merupakan pemboleh ubah paling utama yang banyak mempengaruhi pola

penggunaan portal berita khalayak ini. Sementara itu, faktor teknologi juga turut mempengaruhi kegunaan dan kepuasan penggunaan portal berita dalam kalangan remaja Kadazandusun di Sabah. Ciri-ciri yang ada pada portal berita itu sendiri memudahkan setiap pengguna, iaitu ia sering dikaitkan dengan ciri mesra pengguna dan sangat interaktif. Keunikan portal berita dikatakan mempunyai kelebihan yang tersendiri jika dibandingkan dengan akhbar konvensional dan memberikan kepuasan kepada pengguna khususnya golongan remaja. Khalayak remaja masa kini juga dilihat mempunyai banyak pilihan dalam pemilihan portal berita masing-masing. Dari aspek penggunaan teori U&G sebagai tunjang utama dalam kajian ini, khalayak remaja Kadazandusun dilihat menghubungkan keperluan, kegunaan dan kepuasan penggunaan portal berita mereka dengan saluran portal berita yang pelbagai. Justeru, wujud pola pembacaan yang berbeza mengikut keperluan, kegunaan dan kepuasan penggunaan portal berita masing-masing.

RUJUKAN

- Ahmad Ghazali, A.H & Omar, S.Z. (2014). Keperluan pembaca remaja terhadap kandungan akhbar. *Jurnal Komunikasi: Malaysian Journal of Communication*, 30, 17–28.
- Aisah Meri (2013). Pola kegunaan dan kepuasan akhbar dalam kalangan remaja Pantai Barat Sabah. (Tesis Sarjana tidak diterbitkan). Universiti Malaysia Sabah, Kota Kinabalu.
- Akanda, A.K.M.E.A. & Haque, M.A. (2013). Newspaper reading habits of university graduate students in Bangladesh: A case study. *International Journal of Research in Applied, Natural and Social Sciences*, 1(3), 1–8.
- Albarran, A. & Dimmick, J. (1993). An assessment of utility and competition superiority in the video entertainment industries. *Journal of Media Economics*, 6(2), 45–51.
- Alsridi, H. (2018). Uses and gratifications of online news among young adults in Bahrain. *Athens Journal of Mass Media & Communication*, 4(1), 63–80.
- Blumler, J.G. (1979). The role of theory in uses and gratifications studies. *Communication Research*, 6, 9–36.
- Chung, D.S & Yoo, C.Y. (2008). Audience motivations for using interactive features: Distinguishing use of different types of interactivity on an online newspaper. *Mass Communication and Society*, 11, 375–397.
- Compesi, R. (1980). Gratifications daytime of TV serial viewers. *Journalism Quarterly*, 57(1), 15–58.

- Cortese, J. & Rubin, A.M. (2010). Uses and gratifications of television home shopping. *Atlantic Journal of Communication, 18*, 89–109.
- Diddi, A. & LaRose, R. (2006). Getting hooked on news: Uses and gratifications and the formation of news habits among college students in an internet environment. *Journal of Broadcasting & Electronic Media, 50*(2), 193–210.
- Erlindson, M. (1995). Online newspaper: The newspaper industry's dive into cyberspace. Pembentangan Kertas kerja di University of Western Ontario, April.
- Ferguson, D.A. & Perse, E. M. (2000). The world wide web as a functional alternative television. *Journal of Broadcasting & Electronic Media, 44*, 155–174.
- Freeman, K.S. (2013). News consumption behavior of young adults in Malaysia. *International Journal of Social Science and Humanity, 3*(2), 121–124.
- Haryati Abdul Karim (2014). Faktor gratifikasi dalam penontonan filem dan kaitannya dengan sambutan audiens. *Jurnal Kinabalu, 20*, 126–146.
- Haryati Abdul Karim. (2014). Globalisasi, penggunaan media dan identiti hibrid di kalangan remaja Malaysia. *Jurnal Komunikasi Borneo, 1*, 77–106.
- Jansz, J., Avis, C. & Vosmeer, M. (2010). Playing the sims 2: An exploration of gender differences in players motivations and patterns of play. *New Media & Society, 12*(2), 235–251.
- Katz, E., Blumler, J. H. & Gurevitch, M. (1974). Uses and gratifications research. *The Public Opinion Quarterly, 37*(4), 509–523.
- Katz, E., Gurevitch, M., & Haas, H. (1973). On the use of the mass media for important things. *American Sociological Review, 38*(2), 164–181.
- Kaye, B.K. & Johnson, T.J. (2002). Online and in the know: Uses and gratifications of the web for political information. *Journal of Broadcasting and Electronic Media, 46*, 57–71.
- Lauf, E. (2001). The vanishing young reader: Sociodemographic determinants of newspaper use as a source of political information in Europe 1980-98. *European Journal of Communication, 16*, 233–66.
- Levy, M. (1977). Experiencing television news. *Journal of Communication, 27*, 112–117.
- Lichterstein, A. & Rosenfeld, L. (1983). Uses and misuses of gratifications research: An explication of media functions. *Communication Research, 10*, 97–109.
- Mings, S.M. (1997). Uses and gratifications of online newspapers: A preliminary study. *The Electronic Journal of Communication, 7*(3). Dilayari daripada <http://www.cios.org>
- Mohd Zaidi Mahmud & Bahiyah Omar. (2013). Motif dan kekerapan penggunaan Facebook dalam kalangan pelajar universiti. *Jurnal Komunikasi: Malaysian Journal of Communication, 29*(1), 35–54.
- Ruggiero, T.E. (2000). Uses and gratifications theory in the 21st Century. *Mass Communication & Society, 3*(1), 3–37.

- S. Shyam Sundar & Limeros, A.M. (2013). Uses and grats 2.0: New gratifications for new media. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 57(4), 504–525.
- Severin, W.J. & Tankard, J.W. (1992). *Communication theories: Origins, methods and uses in the mass media* (3rd ed.). White Plains, NY: Longman Publishing Group.
- Sharon Wilson, Pauline Leong, Carmen Nge & Ngering Miang Hong. (2011). Trust and credibility of urban youth on online news media. *Jurnal Komunikasi: Malaysia Journal of Communication*, 27(2), 97–120.
- Tan, A. (1985). *Mass communication theories and research* (2nd ed.). New York: McMillan.
- Weaver, D. H. (1980). Audience need for orientation and media effects. *Communication Research*, 7, 361–376.