

# KANDUNGAN

SENARAI PENYUMBANG	ix
PRAKATA	xvii
PENGHARGAAN	xix

## *bahagian I* | APLIKASITEORI MEDIA DALAM KEWARTAWANAN

1	Teori Pembingkatan Analisis dan Pemaparan Rencana Agama di Utusan Malaysia dan Berita Harian <b>Mior Kamarulbaid Mior Shahid dan Siti Nor Amira Syuhada Mazlan</b>	3
2	Teori Pengawasan: Analisis Kredibiliti Berita dalam Kalangan Wartawan Hiburan <b>Awan Ismail dan Nurul Husna Mohamad</b>	29
3	Teori Disonansi Kognitif dan Persepsi Mahasiswa Universiti Utara Malaysia (UUM) Terhadap Kredibiliti Berita Politik Atas Talian <b>Mior Kamarulbaid Mior Shahid dan Ghaff Siti Hafidah Abd Ghaffar</b>	57
4	Teori Akauntabiliti Media: Kemahiran dan Profesionalisme Wartawan Solo <b>Awan Ismail dan Nor Hafisya Fitri Mozli</b>	87
5	Pembingkatan Berita Strategik Malaysia Kini Terhadap Program Transformasi Kerajaan (GTP) Dari 2010 hingga 2014 <b>Azahar Kasim dan Nurdayana Mat Akhir</b>	115

*bahagian II* | APLIKASITEORI MEDIA DALAM PERFILEMAN

- 6 Pendekatan Genre Seram dalam Revolusi Filem Melayu dan Kepercayaan Alam Ghaib dalam Filem Mantra 139  
**Aselawati Che Ab Adziz, Rohani Hashim dan Hasrina Mustafa**
- 7 Pengaruh Personaliti dalam Keseronokan Menonton Filem Seram 169  
**Aselawati Che Ab Adziz, Rohani Hashim dan Hasrina Mustafa**
- 8 Teori Disposisi: Aplikasi Instrumen Pengukuran Emosi dengan Pengukuran Perasaan Positif dan Negatif dalam Keseronokan Kandungan Media 197  
**Aselawati Che Ab Adziz, Rohani Hashim dan Hasrina Mustafa**

*bahagian III* | APLIKASITEORI MEDIA DALAM PENYIARAN

- 9 Pengaplikasian Model Penerimaan Teknologi Terhadap Penggunaan YouTube dalam Kalangan ‘Gen Y’ 223  
**Norizah Aripin dan Tuan Marina Tuan Abd Aziz**
- 10 Teori Gabungan Penerimaan dan Penggunaan Teknologi: Pengaplikasian Instrumen Penerimaan dan Penggunaan YouTube dari Perspektif Islam 243  
**Norizah Aripin**

*bahagian IV* | APLIKASITEORI MEDIA DALAM PERIKLANAN

- 11 Faktor Yang Mempengaruhi Kesetiaan Jenama Nescafe dalam Kalangan Pelajar Universiti Utara Malaysia 269  
**Zuraidah Abu Talib dan Maziah Mohamad Muzakir**

<b>12</b>	Penggunaan Teori Tindakan Beralasan Menerusi Media Sosial Instagram dalam Mengembangkan Industri Butik Vendor Tempatan <b>Sabrina Mohd Rashid dan Hanani Ismail</b>	293
<b>13</b>	Periklanan dan Kepentingannya kepada Ekonomi Negara, Pihak Pengiklan dan Pengguna <b>Zuraidah Abu Talib dan Yusmarhaini Yusof</b>	313
	<b>INDEKS</b>	<b>345</b>