

## Pelajar Komunikasi UPM-UMS benteng projek ilmiah



**SERDANG, 11 April** – Lima pelajar tahun akhir Bachelor Komunikasi, Fakulti Bahasa dan Komunikasi, Universiti Putra Malaysia (UPM) dan empat pelajar komunikasi Universiti Malaysia Sabah (UMS) mengambil kesempatan membentangkan projek ilmiah masing-masing sempena kunjungan pelajar UMS ke UPM, baru-baru ini.

Pembentangan kajian bidang komunikasi pelajar tahun akhir itu bertujuan merapatkan hubungan dua hala antara pelajar komunikasi UPM dan UMS selain bertukar-tukar idea dalam menyiapkan projek ilmiah pelajar komunikasi.

Wakil daripada UPM terdiri daripada Kevin Eugene Ong yang membentangkan projek bertajuk UPM Student View of Freedom Mainstream Newspaper, Goo Poh Peng (Tahap Kepercayaan Mahasiswa Terhadap Penggunaan Selebriti Sebagai Jurucakap dalam Iklan dan Noraishah Mohd Jamil (Perkongsian Maklumat Kesihatan di kalangan Atlet dengan Pegawai Perubatan).



Selain itu UPM turut diwakili oleh Lee Yau Weng dengan projek bertajuk Reason and Impact for The Addiction in Using Facebook Among Young Adult dan Chan Jiat Hee bertajuk Undergraduate's Perception on Corporate Advertising.

Pelajar daripada UMS pula diwakili oleh Seelah Julai, Siti Soleha Ismail, Shazreen Shafie dan Hong Shu Hui.

Antara tajuk yang mendapat perhatian ialah UPM Student View of Freedom Mainstream Newspaper yang dibentangkan oleh Eugene Ong mengenai persepsi pelajar terhadap kebebasan akhbar utama di negara ini.



Dalam pembentangnya, beliau menyatakan majoriti responden dalam kajiannya bersetuju bahawa akhbar di negara ini perlu bersifat bebas tetapi kebebasan yang dimaksudkan bukanlah kebebasan mutlak sehingga boleh mendatangkan kesan buruk.

"Kita bersetuju akhbar perlu bersifat terbuka tetapi kebebasan itu perlu ada batasan. Kalau sesuatu akhbar itu terlalu bebas, ia akan mendatangkan kesan buruk kepada masyarakat seperti pencerobohan privasi dan sebagainya," katanya yang menggunakan kaedah kajian borang soal selidik kualitatif dengan 204 responden.

Projek bertajuk Tahap Kepercayaan Mahasiswa Terhadap Penggunaan Selebriti Sebagai Jurucakap dalam Iklan yang dibentangkan oleh Goo Poh Peng pula mengupas mengenai sejauh manakah pengaruh seseorang selebriti itu dalam sesuatu iklan sehingga boleh mempengaruhi pelajar.



Poh Peng berkata berdasarkan kajiannya, tahap kepercayaan mahasiswa terhadap iklan yang disampaikan oleh selebriti adalah sederhana kerana ia bergantung kepada kriteria produk dan juga selebriti.

"Selebriti yang mempunyai imej yang baik dan hanya menjadi jurucakap kepada satu produk lebih dipercayai," katanya yang turut menggunakan kaedah kajian soal selidik kualitatif melalui 159 responden yang terdiri daripada pelajar Bachelar Komunikasi UPM.

Sementara itu, Penyelaras Bachelar Komunikasi UPM, Dr. Muhammad Sham Shahkat Ali berkata dengan adanya program pembentangan ini, ia sedikit sebanyak dapat menyumbangkan dan berkongsi idea untuk memperbaiki serta menambah baik projek.

"Dengan bertukar-tukar pandangan dan ilmu ia dapat memantapkan lagi hasil kerja para pelajar selain dapat diperluaskan pada masa akan datang," katanya.



**Berita ini disediakan oleh Seksyen Media, Bahagian Komunikasi Korporat UPM.  
(Mohd. Martin Abdul Kahar), 03-89467469.**