



UNIVERSITI PUTRA MALAYSIA

***FAKTOR AUDIEN SASARAN SEBAGAI PENGHALANG
KEBERKESANAN KEMPEN ANTIMEROKOK***

SITI FAIDUL MAISARAH ABDULLAH

FBMK 2017 23



**FAKTOR AUDIEN SASARAN SEBAGAI PENGHALANG KEBERKESANAN
KEMPEN ANTIMEROKOK**

Oleh

SITI FAIDUL MAISARAH ABDULLAH

**Tesis ini dikemukakan kepada Sekolah Pengajian Siswazah, Universiti Putra
Malaysia sebagai memenuhi keperluan untuk Ijazah Doktor Falsafah**

Februari 2017

HAK CIPTA

Semua bahan yang terkandung dalam tesis ini, termasuk tanpa had teks, logo, ikon, gambar dan semua karya seni lain, adalah bahan hak cipta Universiti Putra Malaysia kecuali dinyatakan sebaliknya. Penggunaan mana-mana bahan yang terkandung dalam tesis ini dibenarkan untuk tujuan bukan komersil daripada pemegang hak cipta. Penggunaan komersil bahan hanya boleh dibuat dengan kebenaran bertulis terdahulu yang nyata daripada Universiti Putra Malaysia.

Hak cipta © Universiti Putra Malaysia



Abstrak tesis yang dikemukakan kepada Senat Universiti Putra Malaysia sebagai memenuhi keperluan untuk Ijazah Doktor Falsafah

FAKTOR AUDIEN SASARAN SEBAGAI PENGHALANG KEBERKESANAN KEMPEN ANTIMEROKOK

Oleh

SITI FAIDUL MAISARAH ABDULLAH

Februari 2017

Pengerusi : Profesor Md Salleh Hassan, PhD
Fakulti : Bahasa Moden dan Komunikasi

Kempen Antimerokok telah menimbulkan pelbagai persoalan dari segi keberkesanannya terhadap masyarakat dan perlu dipertimbangkan dari segi pelan strategik berbanding pelan taktikal. Merujuk statistik terkini, 50% lelaki dan 13% wanita di Malaysia adalah perokok. Tujuan utama kajian ini dijalankan adalah untuk memahami apakah faktor audien sasaran yang menjadi penghalang kepada keberkesanan kempen Antimerokok.

Objektif kajian ini adalah; 1) Untuk mengenal pasti sikap yang dimiliki oleh audien sasaran yang terdiri daripada perokok, bekas perokok dan penganjur program terhadap keberkesanan program kempen Antimerokok 2) Untuk memahami bagaimana penglibatan audien sasaran yang terdiri daripada perokok, bekas perokok dan penganjur program dalam program kempen Antimerokok 3) Untuk memahami faktor komunikasi yang menghalang kepada keterlibatan audien sasaran yang terdiri daripada perokok, bekas perokok dan penganjur program dalam program Kempen Antimerokok.

Teori yang telah digunakan sebagai panduan, iaitu Teori Penghakiman Sosial dan Model Huraian Kebarangkalian memberi signifikansi kepada perjalanan kajian. Menerusi hasil kajian dan perbincangan, beberapa kesimpulan telah diperolehi. Ianya merangkumi objektif kajian yang mengkaji halangan dari segi sikap, penglibatan, faktor komunikasi dan kesan semuanya kepada kempen.

Kajian telah dijalankan di sekitar negeri Melaka dengan mengambil kira Melaka adalah negeri yang menjadi tumpuan pelancong serta mengamalkan konsep bandar teknologi hijau. Melaka juga merupakan negeri yang menyasarkan serta melaksanakan kawasan larangan merokok dan sesiapa yang melanggar arahan akan dikenakan denda.

Teknik yang digunakan untuk proses pengumpulan data dalam kajian ini adalah kaedah kualitatif iaitu secara temubual mendalam. Seramai 15 orang informan telah dipilih dalam sesi temubual mendalam berdasarkan tajuk kajian. Kesemua informan berada di sekitar Melaka dan mempunyai pengalaman serta pandangan yang bernas berkaitan halangan keberkesanan kempen Antimerokok

Hasil temubual mendalam, sebanyak tujuh belas tema telah wujud berdasarkan kepada tiga persoalan kajian. Ringkasnya, berdasarkan kajian terhadap sikap perokok, bekas perokok dan penganjur kempen Antimerokok di Melaka, tahap keberkesanan kempen dapat dilihat bahawa kempen Antimerokok ini boleh dikatakan berjaya kerana kempen memberi kesedaran terhadap audiens namun kebanyakan audiens tidak berubah seperti yang dinyatakan dalam objektif kempen Antimerokok.

Kebanyakan perokok masih ada sedikit niat ataupun usaha mereka dalam mendekati diri untuk melakukan perubahan. Dengan wujudnya sikap itu, responden menjawab soalan bagi tema terakhir iaitu sikap bekas perokok yang mempengaruhi perokok dalam mendekati kempen. Ini jelas, menunjukkan bahawa sikap bekas perokok yang berasa bertanggung jawab dalam membantu untuk melakukan perubahan antara perokok melalui kempen. Peranan masyarakat amat penting untuk memaksimumkan tahap kejayaan kempen untuk merubah persepsi orang ramai yang mengatakan kempen membosankan. Masyarakat perlu mengambil perhatian yang amat penting bagi menyokong kempen Antimerokok ini.

Perkongsian pengalaman oleh bekas perokok juga sangat membantu dalam kempen Antimerokok. Mereka boleh berkongsi segala pengalaman, risiko, dan rintangan apabila mereka berhenti merokok. Orang ramai terutamanya perokok boleh berkongsi masalah yang terjadi kepada diri mereka serta boleh menerima pendapat oleh bekas perokok.

Mereka boleh membuat sesi soal jawab diantara mereka untuk menyelesaikan permasalahan yang dihadapi. Kajian tentang keterlibatan audien dengan program kempen Antimerokok ini harus diperbanyakkan lagi dengan mengambil kira kategori belia yang kini menjadi golongan sasaran terhadap kegiatan merokok.

Abstract of thesis presented to the Senate of Universiti Putra Malaysia in fulfillment of the requirement for the Degree of Doctor of Philosophy

**BARIERS OF AUDIENCE FACTORS TO THE EFFECTIVENESS OF
ANTISMOKING CAMPAIGN**

By

SITI FAIDUL MAISARAH ABDULLAH

February 2017

Chairman : Professor Md Salleh Hassan, PhD
Faculty : Modern Languages and Communication

Antismoking campaign has triggered various questions revolving its effectiveness among the community and further consideration is needed in terms of strategic planning more than tactical planning. According to the latest statistic, 50% male and 13% female in Malaysia are smokers. The main objective of this research is to understand the factors that obstruct the effectiveness of the smoking campaign among the target audiences.

The objectives of this research are; 1) To identify the attitude of the target audiences who are smokers, former smokers and programme organizers towards the effectiveness of antismoking campaigns 2) To understand the involvement of the target audiences who are smokers, former smokers and programme organizers in antismoking campaigns 3) To understand the communication barriers to the involvement of the target audiences who are smokers, former smokers and programme organizers in antismoking campaigns.

It was found that the Social Judgment Theory and Elaborate Likelihood Model which were used to guide the research are significant to the research process. Several conclusions were made through the findings and discussions. It covers the research objectives that study the barriers in terms of attitude, involvement, communication factors and effects to the campaign.

The research was conducted around Melaka by considering the state is one of the top tourist attractions in Malaysia and the implementation of green technology city by the state government. For the record, Melaka too was the state that proposed and has enforced no smoking area within its city. Under the passed regulation, a compound can be issued for failure to abide to the restriction.

Qualitative method was used as the technique for data collection, specifically through in-depth interviews. This method is deemed appropriate to be used in planning and evaluating extended programmes as it is orientated on open-ended sessions which enables the interviewer to further explore the feelings and perspectives of the respondents regarding antismoking campaigns. Based on the research topic, 15 informants have been chosen for in-depth interviews. All informants resided around Melaka and have had experiences and valuable insights regarding the barriers to the effectiveness of antismoking campaigns.

Based on the in-depth interviews, 17 themes have been identified from the three research questions. In brief, according to the study on the attitude of the smokers, former smokers and programme organizers in Melaka, the effectiveness of the campaign can be considered as successful. The campaign had managed to instill awareness among the audiences, however, majority of the audiences did not change as stated in the objective of the antismoking campaign.

Majority of the smokers still have the intention and effort to quit smoking. With such attitude, the respondents answered the final theme which is the influences of former smokers towards the attitude of smokers to approach the campaign. The sense of responsibility of former smokers in helping smokers is clearly evident through the campaign. The roles of the society are important to maximize the success of the campaign to change the perception of the public who perceive the antismoking campaign as boring. In addition, the focus of the society is significant to support this campaign.

Experience sharing by the former smokers too is significant in the antismoking campaign. They may share their personal experiences, risks and obstacles towards quitting smoking. The public especially smokers may share their problems and at the same time, they may seek opinion from the former smokers.

Question and Answer (Q&A) sessions can also be conducted between smokers and former smokers. The study on the involvement of the target audiences should be expanded, considering the youth is now the main target group for activities related to smoking.

PENGHARGAAN

Al- hamdulillah, syukur saya ke hadrat Allah SWT kerana dengan limpah kurnia dan izin-Nya telah memberi kekuatan dan ketabahan kepada saya untuk menyempurnakan tesis yang bertajuk, Faktor Audien Sasaran Sebagai Penghalang Kepada Keberkesanan Kempen Antimerokok walaupun pelbagai kesusahan dan rintangan dihadapi.

Pada kesempatan ini, saya ingin merakamkan setinggi-tinggi penghargaan dan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu saya dalam menyiapkan tesis ini terutamanya kepada Prof Dr Md Salleh Hassan sebagai pengerusi jawatankuasa penyeliaan, atas usaha beliau memberikan tunjuk ajar, membaca, menyemak, dan memberikan nasihat yang amat berguna untuk meningkatkan mutu tesis ini.

Penghargaan dan terima kasih juga ditujukan kepada ahli jawatankuasa penyeliaan iaitu Prof Dr. Ezhar Tamam dan PM Dr Siti Zobidah Omar serta para pensyarah Fakulti Bahasa Moden dan Komunikasi yang telah banyak memberi bimbingan, tunjuk ajar, dan mencurahkan segala ilmu, sarna ada yang bersifat akademik ataupun bukan akademik. Setinggi-tinggi penghargaan juga ditujukan kepada individu-individu yang telah bersusah payah membantu dan memberikan kerjasama semasa kajian ini dijalankan.

Akhir sekali, jutaan terima kasih ditujukan buat teman-teman sekursus yang telah memberi dorongan dan kerjasama dalam usaha saya menyiapkan tesis ini. Tanpa bimbingan, sumbangan, kerjasama, dan penglibatan mereka, penulisan ini sukar mencapai tahap yang dikehendaki. Hanya Allah sahajalah yang dapat memberi ganjaran dan balasan yang setimpal dengannya. Sekian. Terima kasih.

SITI FAIDUL MAISARAH ABDULLAH

Saya mengesahkan bahawa satu Jawatankuasa Peperiksaan Tesis telah berjumpa pada 8 Februari 2017 untuk menjalankan peperiksaan akhir bagi Siti Faidul Maisarah binti Abdullah bagi menilai tesis beliau yang bertajuk “Faktor Audien Sasaran sebagai Penghalang Keberkesanan Kempen Antimerokok” mengikut Akta Universiti dan Kolej Universiti 1971 dan Perlembagaan Universiti Putra Malaysia [P.U.(A) 106] 15 Mac 1998. Jawatankuasa tersebut telah memperakukan bahawa calon ini layak dianugerahi ijazah Doktor Falsafah.

Ahli Jawatankuasa Peperiksaan Tesis adalah seperti berikut:

Zulhamri bin Abdullah, PhD
Profesor Madya
Fakulti Bahasa Moden dan Komunikasi
Universiti Putra Malaysia
(Pengerusi)

Abdul Muati @ Zamri bin Ahmad, PhD
Profesor
Fakulti Bahasa Moden dan Komunikasi
Universiti Putra Malaysia
(Pemeriksa Dalam)

Mohd Nizam bin Osman, PhD
Pensyarah Kanan
Fakulti Bahasa Moden dan Komunikasi
Universiti Putra Malaysia
(Pemeriksa Dalam)

Che Su Mustafa, PhD
Profesor
Universiti Utara Malaysia
Malaysia
(Pemeriksa Luar)



NOR AINI AB. SHUKOR, PhD
Profesor dan Timbalan Dekan
Sekolah Pengajian Siswazah
Universiti Putra Malaysia

Tarikh: 2 Jun 2017

Tesis ini telah dikemukakan kepada Senat Universiti Putra Malaysia dan telah diterima sebagai memenuhi syarat keperluan untuk Ijazah Doktor Falsafah. Ahli Jawatankuasa Penyeliaan adalah seperti berikut:

Md Salleh Hassan, PhD

Profesor
Fakulti Bahasa Moden dan Komunikasi
Universiti Putra Malaysia
(Pengerusi)

Ezhar Tmam, PhD

Profesor
Fakulti Bahasa Moden dan Komunikasi
Universiti Putra Malaysia
(Ahli)

Siti Zobidah Omar, PhD

Profesor Madya
Fakulti Bahasa Moden dan Komunikasi
Universiti Putra Malaysia
(Ahli)

ROBIAH BINTI YUNUS, PhD

Profesor dan Dekan
Sekolah Pengajian Siswazah
Universiti Putra Malaysia

Tarikh:

Perakuan pelajar siswazah

Saya memperakui bahawa:

- tesis ini adalah hasil kerja saya yang asli;
- setiap petikan, kutipan dan ilustrasi telah dinyatakan sumbernya dengan jelas;
- tesis ini tidak pernah dimajukan sebelum ini, dan tidak dimajukan serentak dengan ini, untuk ijazah lain sama ada di Universiti Putra Malaysia atau institusi lain;
- hak milik intelek dan hakcipta tesis ini adalah hak milik mutlak universiti Putra Malaysia, mengikut Kaedah-kaedah Universiti Putra Malaysia (Penyelidikan) 2012;
- kebenaran bertulis daripada penyelia dan Pejabat Timbalan Naib Canselor (Penyelidikan dan Inovasi) hendaklah diperoleh sebelum tesis ini diterbitkan (dalam bentuk bertulis, cetakan atau elektronik) termasuk buku, jurnal, modul, prosiding, tulisan popular, kertas seminar, manuskrip, poster, laporan, nota kuliah, model pembelajaran atau material lain seperti yang dinyatakan dalam Kaedah-kaedah Universiti Putra Malaysia (Penyelidikan) 2012;
- tiada plagiat atau pemalsuan/fakrikasi data dalam tesis ini, dan intergriti ilmiah telah dipatuhi mengikut Kaedah-kaedah Universiti Putra Malaysia (Pengajian Siswazah) 2003 (Semakan2012-2013) dan Kaedah-kaedah Universiti Putra Malaysia (Penyelidikan) 2012. Tesis telah dihantar diimbaskan dengan perisian pengesanan plagiat.

Tandatangan: _____ Tarikh: _____

Nama dan No Matrik: Siti Faidul Maisarah Abdullah, GS25591

Perakuan Ahli Jawatankuasa Penyeliaan:

Dengan ini, diperakukan bahawa:

- penyelidikan dan penulisan tesis ini adalah di bawah seliaan kami;
- tanggungjawab penyeliaan sebagaimana yang dinyatakan dalam Universiti Putra Malaysia (Pengajian Siswazah) 2003 (Semakan 2012-2013) telah dipenuhi.

Tandatangan : _____
Nama Pengerusi
Jawatankuasa
Penyeliaan : Profesor Dr. Md Salleh Hassan

Tandatangan : _____
Nama Ahli
Jawatankuasa
Penyeliaan : Profesor Dr. Ezhar Tmam

Tandatangan : _____
Nama Ahli
Jawatankuasa
Penyeliaan : Profesor Madya Dr. Siti Zobidah Omar

ISI KANDUNGAN

Muka Surat

ABSTRAK	i
ABSTRACT	iii
PENGHARGAAN	v
PENGESAHAN	vi
PERAKUAN	viii
SENARAI JADUAL	xiii
SENARAI RAJAH	xiv

BAB

I	PENDAHULUAN	1
	Latar Belakang Kajian	1
	Penyataan Masalah	2
	Objektif Kajian	5
	Objektif Umum	5
	Objektif Khusus	5
	Kepentingan Kajian	5
	Skop Kajian	6
	Batasan Kajian	7
	Definisi Kata Kunci	7
	Ringkasan Bab	8
II	SOROTAN LITERATUR	9
	Pengenalan	9
	Latar Belakang Kempen Antimerokok	9
	Tabiat Merokok	9
	Kempen Tak Nak Merokok	11
	Kesan Perlaksanaan Kempen Antimerokok Kepada Audien	12
	Menganal Pasti Audien Sasaran Kempen	12
	Mesej Melalui Visual Mempengaruhi Audien Sasaran	14
	Program Inisiatif Kerajaan Negeri Melaka bagi Program Kempen Antimerokok	14
	Klinik Antimerokok	14
	Objektif Klinik Antimerokok	14
	Perkhidmatan yang disediakan oleh Klinik Antimerokok	15
	Kawasan Bebas Asap Rokok oleh Kerajaan Negeri Melaka	15
	Program Sekolah Antimerokok	16
	Kempen Nafas Segar dan Program Antimerokok	16
	Faktor Komunikasi Dalam Kempen Antimerokok	17
	Inovasi Melalui Kempen Antimerokok	17
	Strategi Komunikasi Dalam Kempen Anti Merokok	18
	Komunikasi yang Efektif Dalam Kempen Antimerokok	20
	Penglibatan Audien Di Dalam Kempen Kesihatan Awam	21
	Persepsi Kesedaran Terhadap Kempen Kesihatan	21
	Kesedaran Audien Kempen Antimerokok	22

Teori-teori Kajian yang Berkaitan sebagai Panduan	23
Teori Penghakiman Sosial yang menjadi Panduan kepada Perubahan Sikap Audien Sasaran	23
Model Huraian Kebarangkalian yang menjadi Panduan kepada Audien Sasaran bagi Memproses Mesej	25
Kerangka Konsep Kajian	28
Ringkasan Bab	30
III METODOLOGI	31
Pengenalan	31
Reka Bentuk Kajian	31
Pengkajian Kualitatif dalam Kajian	31
Pengumpulan Data Melalui Pengkajian Kualitatif	31
Sampel Kajian	33
Prosedur Persampelan	33
Instrumen Kajian: Pengkaji Sebagai Instrumen	35
Pengambilan Sampel dalam Penyelidikan Kualitatif	35
Bagaimana Strategi Pengambilan Keputusan	35
Prosedur Analisis Data	36
Kenapa Analisis Berterusan?	36
Menjejaki Lapangan Kajian	38
Proses Temubual Mendalam	39
Strategi Kesahan, Kebolehpercayaan dan Isu Etika	40
Kesahan Dalaman	40
Kesalahan Luaran	41
Kebolehpercayaan	42
Isu Etika	43
Ringkasan Bab	44
IV HASIL KAJIAN DAN PERBINCANGAN	45
Pengenalan	45
Sikap yang dimiliki oleh perokok, bekas perokok dan penganjur program terhadap keberkesanan program kempen Antimerokok.	45
Tema Satu: Sikap Ego terhadap Kempen Antimerokok	45
Tema Dua: Sikap menolak program kemoen Antimerokok kerana membosankan	47
Tema Tiga: Sikap ingin berubah tidak melalui kempen	49
Tema Empat: Sifat pentingkan diri sendiri dan tidak peka dengan keadaan sekeliling.	51
Tema Lima: Sikap bekas perokok yang mempengaruhi perokok dalam mendekati kempen	52
Tema Enam: Kurangnya motivasi untuk melakukan perubahan	54
Tema Tujuh: Sikap mengambil peduli oleh penganjur tentang keberkesanan kempen kepada perokok	55
Tema Lapan: Sikap perokok yang tidak takut kepada kemudatan kesihatan	56

Penglibatan Perokok ,Bekas Perokok, dan Penganjur Program dalam Program Kempen Antimerokok	59
Tema Satu: Penglibatan menonton iklan kempen Antimerokok dalam kalangan masyarakat	59
Tema Dua: Peranan masyarakat dalam menghadiri kempen yang dianjurkan	61
Tema Tiga: Membangkang ataupun Membuat Protes Terhadap Kempen yang Dianjurkan	63
Tema Empat: Keberkesanan Kempen Antimerokok dengan Perkongsian Pengalaman oleh Bekas Perokok	64
Tema Lima: Penyebaran Iklan-iklan Mengenai Kempen Antimerokok di Media Massa	66
Faktor Komunikasi yang Menghalang kepada Keterlibatan Audien Sasaran yang Terdiri daripada Perokok, Bekas Perokok, dan Penganjur Program dalam Program Kempen Antimerokok	67
Tema Satu: Golongan perokok kurang memahami informasi yang diberikan	67
Tema Dua: Teknik penyampaian maklumat yang kurang bersesuaian	69
Tema Tiga: Kempen Antimerokok tidak mampu menarik perhatian para perokok untuk berubah	71
Tema Empat: : Kurangnya pendedahan dua-hala terhadap kempen	72
Ringkasan Bab	74
V RINGKASAN, KESIMPULAN, IMPLIKASI DAN CADANGAN	75
Pengenalan	75
Latar Belakang Kajian	75
Objektif Khusus	76
Ringkasan Kaedah Kajian	76
Ringkasan Hasil Kajian	76
Kesimpulan	78
Implikasi Kajian	81
Implikasi ke atas teori	81
Teori Penghakiman Sosial	81
Model Huraian Kebarangkalian	84
Implikasi Ke atas Dasar	86
Implikasi ke atas Konsep Kajian dan Kumpulan Sasaran	87
Cadangan Kajian Akan Datang	89
RUJUKAN	90
BIODATA PELAJAR	95

SENARAI JADUAL

Jadual		Muka Surat
1	Senarai Informan Kajian	34
2	Tema Berkaitan Sikap Yang Dimiliki Oleh Audien Sasaran Terhadap Keberkesanan Program Kempen Antimerokok	59
3	Tema Berkaitan Penglibatan Audien Sasaran Terhadap Keberkesanan Program Kempen Antimerokok	67
4	Tema Berkaitan Faktor Komunikasi Yang Menghalang Keterlibatan Audien Sasaran Dalam Program Kempen Antimerokok	74

SENARAI RAJAH

Rajah		Muka Surat
1	Model Teori Penghakiman Sosial	25
2	Model Huraian Kebarangkalian	27
3	Kerangka Konsep Kajian Melalui Literatur Faktor Audien Sasaran Sebagai Penghalang Kepada Keberkesanan Kempen Antimerokok	29
4	Cadangan Penambahbaikkan Model Teori Penghakiman Sosial	83
5	Cadangan Penambahbaikkan Model Huraian Kebarangkalian	86
6	Cadangan Penambahbaikkan Kerangka Hasil Kajian Faktor Audien Sasaran Sebagai Penghalang Kepada Keberkesanan Kempen Antimerokok	88

BAB 1

PENDAHULUAN

Latar Belakang Kajian

Program-program yang dianjurkan menerusi Kempen Antimerokok telah menimbulkan pelbagai persoalan dari segi keberkesanannya terhadap masyarakat. Kempen ini perlu dipertimbangkan dari segi pelan strategik berbanding pelan taktikal. Ini adalah untuk memastikan bahawa halangan terhadap keberkesanan kempen dapat dikurangkan.

Miller (2007) menyatakan bahawa kempen iklan Antimerokok adalah tidak berjaya manakala Gilbert (2005) pula mendapati bahawa kempen yang direka untuk memberi kesan kepada golongan wanita muda perlu diterima pakai kerana strategi ini dapat meningkatkan kesedaran golongan muda tentang risiko kesihatan mereka sendiri. Hafstad dan Aaros (1997) dalam kajian di Norway, melaporkan perokok memberi tindak balas dan reaksi negatif kepada penerimaan mesej yang disampaikan melalui program kempen Antimerokok.

Booth-Butterfield (2003) menyifatkan bahawa perokok adalah seorang yang sukar untuk berubah, dan berhujah dalam usaha kearah untuk komunikasi yang lebih fokus. Hansen (2010) juga berpendapat bahawa strategi yang berbeza hendaklah digunakan untuk memberi amaran kepada perokok terhadap kesan-kesan negatif merokok. Oleh kerana amaran kematian berkaitan rokok sudah tidak berkesan lagi, Devlin (2007) melalui kajian anak-anak muda di England mendapati bahawa mesej anti merokok berasaskan ketakutan boleh menggalakkan tindak balas pertahanan dan akhirnya membawa kepada penolakan mesej terutamanya oleh perokok tegar.

Gabungan media, komunikasi interpersonal, dan juga program telah didapati berkesan dalam menyampaikan maklumat berkaitan kesihatan. Media adalah satu pendekatan yang sesuai bagi objektif tertentu dalam kempen komunikasi, tetapi tidak semua menemui kejayaan. Sebagai contoh, melalui media massa penglibatan audien adalah terhad. Atas sebab ini, gabungan media massa dan komunikasi interpersonal dilihat menjadi lebih berkesan kepada kempen. Komunikasi interpersonal sering melalui saluran media, boleh menyalurkan pelbagai pendapat daripada pemimpin dan juga lain-lain serta berkongsi apa sahaja yang dipelajari dan juga menyokong mesej yang diberikan bagi meningkatkan kesan. Komunikasi interpersonal juga membolehkan penyertaan dalam bentuk interaksi yang lebih meluas.

Komunikasi interpersonal sering dipertingkatkan dengan penggunaan alat bantuan audio-visual, prop dan lain-lain bentuk multimedia. Impak daripada pergabungan ini terhadap komunikasi interpersonal membuktikan bahawa ianya mampu melaporkan semua jenis berita melalui penggunaan media. Atas sebab ini, liputan media adalah

matlamat utama dan juga petunjuk bagi kejayaan sesebuah program. Pendekatan ini bukan sahaja mampu mencapai kumpulan besar yang terdiri daripada rakyat malahan ianya juga dapat membuka peluang kepada penyertaan melalui komunikasi interpersonal.

Beberapa kajian telah menunjukkan bahawa kempen media massa menggalakkan pengetahuan kesihatan (Ettema, 1983, Farquhar, 1990, Maibach., 1991), mengubah sikap (Farquhar, 1977) dan juga boleh mengubah tingkah laku (Cummings, 1987, Ershoff., 1990). Melalui kajian terhadap media massa dan berhenti merokok, Menguliti (1987) menunjukkan bahawa kebanyakan Pengumuman Perkhidmatan Awam (PSA) kempen tidak menghasilkan kesan tingkah laku yang ketara, adalah lebih baik dilupakan sahaja dan ditukar kepada iklan yang berbayar. Redman (1990) juga menegaskan bahawa kempen media massa tidak dapat menghasilkan kesan ataupun sebarang perubahan tingkah laku yang ketara.

Penyertaan awam dalam program kesihatan pencegahan adalah suboptimal. Semua mesej kempen dan aktiviti mesti terikat dengan strategi komunikasi. Dalam pemasaran pengguna, usaha besar dibuat bagi mengekalkan pemasaran yang strategik dalam semua jenis komunikasi yang berkaitan dengan syarikat dan produk-produknya. Komunikasi pemasaran bersepadu adalah berdasarkan mengawal "mesej berjenama" untuk memastikan bahawa mereka sentiasa konsisten, mempunyai ikatan antara satu sama lain, dan yang paling penting adalah tidak bercanggah antara satu sama lain.

Begitu juga, jika Kempen Antimerokok adalah untuk mencapai potensi maksimum, ianya amat penting untuk semua iklan yang dibayar dan bahagian-bahagian komunikasi lain menjadi ekspresi Strategi Komunikasi. Mesej utama kempen perlu kerap diulangi dalam pelbagai cara. Pengulangan adalah penting untuk meningkatkan pendedahan kepada mesej kempen. Kepelbagaian juga dapat menguasai pelbagai jenis perspektif di kalangan audien dan untuk memastikan bahawa mesej yang hendak disampaikan tidak akan dianggap sebagai lapuk.

Penyataan Masalah

Kajian Morbiditi dan Kesihatan Kebangsaan ke-2 pada tahun 1996 oleh Kementerian Kesihatan Malaysia menunjukkan bahawa lebih kurang 10,000 orang mati setiap tahun kesan daripada tabiat merokok. Ia meliputi semua kategori termasuk remaja dan juga golongan wanita di negara ini. Kadar tabiat merokok terus meningkat di negara ini terutamanya golongan muda dan sebanyak 30 % adalah remaja lelaki yang berusia antara 12 hingga 18 tahun (Kajian Morbiditi dan Kesihatan Kebangsaan, 1996).

Kini dianggarkan terdapat 4.6 juta perokok di Malaysia dan daripada angka ini lebih kurang 8% adalah pelajar. Setiap hari sekurang-kurangnya 8 rakyat Malaysia yang mati akibat penyakit yang berkaitan dengan penggunaan tembakau. Malahan, saban hari juga lebih kurang 45 hingga 50 remaja Malaysia yang memulakan tabiat merokok sama seperti 80,000 hingga 10,000 remaja lain di seluruh dunia.

Kempen kebangsaan seperti Kempen Anti Merokok telah dianjurkan dalam usaha untuk mencegah tabiat merokok dan memberi maklumat berkaitan penyakit-penyakit yang berkaitan dengan penggunaan tembakau dan didapati bahawa di negara-negara maju bilangan perokok semakin menurun serta memberi kesan yang positif. Antara faktornya ialah kerana mereka lebih berpelajaran, menerima lebih banyak kesedaran dan amat mementingkan kesihatan. Golongan ini sedar mengenai bahaya yang disebabkan oleh tabiat merokok dan boleh memilih sama ada untuk berhenti merokok atau tidak.

Namun, senario di negara yang sedang membangun adalah sebaliknya, di mana bilangan perokok semakin bertambah, terutamanya di kalangan mereka yang begitu muda dan beranggapan bahawa tabiat merokok adalah “bergaya” dan disebabkan tanggapan ini, ianya telah menggalakkan syarikat-syarikat pengeluar rokok memancing pasaran baru bagi produk mereka.

Sehubungan dengan itu, tren yang negatif ini kian menular di Malaysia dan semakin hari semakin ramai remaja dan wanita Malaysia yang memulakan tabiat merokok. Oleh yang demikian, kerajaan telah mengambil langkah bijak dengan melancarkan kempen anti merokok walaupun sambutan yang diberikan oleh audien belum mencapai tahap yang memuaskan. Mesej dan objektif utama kempen kesedaran Anti Merokok adalah untuk mencegah remaja daripada memulakan tabiat merokok dan memujuk golongan perokok yang sedia ada supaya berhenti merokok. Mesej melalui kempen Anti Merokok telah dijalankan secara berterusan dan juga menggunakan kaedah media berintegrasi yang meningkatkan kesedaran tentang bahaya merokok sebagai sebuah kempen kesihatan utama dan menyiarkan setiap hasil penemuan pengkajian yang berkaitan kesan tabiat merokok dari seluruh dunia. Televisyen, Radio, Pawagam, Surat Khabar, Majalah, Papan Kenyataan, Komuniti, Papan Iklan, Panel Pengiklanan Sekolah dan Poster adalah antara kolateral yang diterbitkan untuk menyebarkan kesedaran ini (Kementerian Kesihatan, 2010).

Ironinya, kempen media yang mungkin memberi maklumat semata-mata untuk menggalakkan belia untuk tidak merokok adalah kurang berkesan dari segi perubahan tabiat audien.

Majoriti perokok adalah berumur antara 15 hingga 55 tahun, yang terdiri daripada golongan belia dan penduduk bekerja. Tetapi yang lebih membimbangkan ialah hakikat bahawa kanak-kanak seawal usia 13 tahun tertarik dengan tabiat ini. Baru-baru ini, terdapat peningkatan mendadak dalam wanita dan kanak-kanak perempuan merokok. Pertubuhan Kesihatan Sedunia melaporkan bahawa golongan ini telah membentuk hampir 20% daripada 1.2 bilion perokok di seluruh dunia (Pertubuhan Kesihatan Sedunia, 2016).

Antara permasalahan yang dibincangkan melalui kajian Pertubuhan Kesihatan Sedunia, 2016 adalah dari segi sikap, keterlibatan dan masalah komunikasi terhadap kempen anti merokok. Selepas kempen dilaksanakan, data menunjukkan berlakunya peningkatan

tabiat merokok terutamanya dalam kalangan remaja tidak kira lelaki ataupun perempuan. Contohnya kajian yang dijalankan oleh Maizurah dan rakan-rakan (2006) mendapati perokok di Malaysia masih pro-tembakau berbanding dengan perokok dari negara Thailand, Kanada, Australia, United Kingdom dan Amerika Syarikat.

Lebih 70% perokok lelaki dewasa di Malaysia masih bersetuju dan menganggap merokok adalah normal dalam kehidupan. Malah dapatan juga menunjukkan perokok lelaki dewasa Malaysia menghisap satu kotak rokok setiap hari (20 batang), manakala wanita, merokok kurang daripada golongan lelaki. Selain itu, dapatan juga menunjukkan lebih kurang 20% remaja Malaysia tidak memikirkan tentang bahaya merokok pada kesihatan mereka manakala lebih kurang 35% kurang memikirkan akan bahaya merokok pada diri sendiri. Namun begitu fenomena ini kurang terjadi dalam kalangan remaja Thailand. Kegagalan mengenai Kempen TaK Nak Merokok turut dilaporkan oleh Akhbar Utusan Malaysia (2010) menerusi Laporan Khas 'Kempen Berhenti Merokok Gagal'.

Berikut ialah data yang dipaparkan dalam laporan khas tersebut.

- i. Kajian Kementerian Kesihatan mendapati 45 hingga 50 kanak-kanak bawah 18 tahun menjadi perokok baru setiap hari.
- ii. Tiga daripada 10 orang atau 30% remaja berumur 12 hingga 18 tahun ialah perokok dan bilangan remaja perempuan merokok juga meningkat seolah-olah menjadi 'trend'.
- iii. Program Klinik Berhenti Merokok peringkat sekolah menemui perokok termuda berumur 10 tahun.
- iv. Setiap tahun jumlah perokok meningkat 30 000 orang dan seluruh negara kini mempunyai lebih 3.12 juta orang perokok.
- v. Perwujudan 270 buah Klinik Berhenti Merokok di seluruh negara sejak 2001 gagal (Norimy, Muhamad, Azrai & Rosalinda, 2010).

Hasil daripada data kajian di atas, pengkaji melihat keadaan yang berlaku ini seolah-olah menunjukkan wujudnya rintangan dan halangan terhadap program-program berkaitan kempen anti merokok yang dilancarkan oleh pihak kerajaan. Persoalan yang timbul adakah rintangan yang wujud mempunyai kaitan dengan ciri-ciri program itu sendiri yang menyukarkan masyarakat untuk menerimanya kerana diperakui bahawa program yang berunsur kesihatan kurang mendapat sambutan menggalakkan daripada rakyat.

Oleh itu, kajian terhadap keterlibatan oleh audien sasaran yang terdiri daripada perokok, bekas perokok dan penganjur program dalam halangan keberkesanan program kempen Antimerokok ini dirangka bagi menjawab persoalan-persoalan kajian berikut:

1. Apakah sikap yang dimiliki oleh audien sasaran yang terdiri daripada perokok, bekas perokok dan penganjur program terhadap keberkesanan program kempen Antimerokok?

2. Bagaimanakah penglibatan audien sasaran yang terdiri daripada perokok, bekas perokok dan penganjur program dalam program kempen Antimerokok?
3. Apakah faktor komunikasi yang menghalang kepada keterlibatan audien sasaran yang terdiri daripada perokok, bekas perokok dan penganjur program dalam program kempen Antimerokok?

Objektif Kajian

Objektif Umum

Objektif umum bagi kajian ini adalah untuk memahami faktor audien sasaran yang menjadi penghalang terhadap keberkesanan Program Kempen Antimerokok melalui tiga kategori kelompok audien yang terdiri daripada perokok, bekas perokok dan penganjur program.

Objektif Khusus

Di samping objektif umum, kajian ini juga mempunyai beberapa objektif khusus seperti berikut:

1. Untuk mengenal pasti sikap yang dimiliki oleh audien sasaran yang terdiri daripada perokok, bekas perokok dan penganjur program terhadap keberkesanan program kempen Antimerokok
2. Untuk memahami bagaimana penglibatan audien sasaran yang terdiri daripada perokok, bekas perokok dan penganjur program dalam program kempen Antimerokok.
3. Untuk memahami faktor komunikasi yang menyumbang kepada keterlibatan audien sasaran yang terdiri daripada perokok, bekas perokok dan penganjur program dalam program kempen Antimerokok.

Kepentingan Kajian

Kepentingan kajian ini boleh dilihat dari tiga aspek, iaitu teori, amalan dan juga pembentukan dasar. Dari segi aspek teori, kajian ini dipercayai dapat menyumbang kepada perkembangan terkini seperti pandangan oleh Gunter (2000) bahawa dalam memahami bagaimana komunikasi ini boleh memberi kesan kepada audien mereka, pengkaji harus mengkaji keberkesanan pelaksanaan kempen kepada audien.

Kajian ini menggunakan panduan daripada Teori Penghakiman Sosial dan Model Huraian Kebarangkalian (Elaboration of Likelihood Model). Teori Penghakiman Sosial telah digunakan untuk memberi panduan kepada pengkaji kerana pengkajian seperti ini dapat menjelaskan bagaimana penglibatan seseorang individu dapat dikaitkan dengan ego dan perubahan sikap seseorang (Griffin, 2003). Manakala Model Huraian Kebarangkalian pula akan memandu pengkaji memahami bagaimana individu memproses mesej melalui laluan pinggir (peripheral route) atau laluan tengah (central route). Kajian ini dijangka dapat mengembangkan satu teori utama dan teori sokongan

dalam memahami konsep keterlibatan dan halangan audien berkaitan program kempen anti merokok.

Selain daripada itu, kajian ini merangkumi tiga kumpulan yang berbeza dalam mengkaji halangan keberkesanan terhadap kempen anti merokok. Setiap kategori kumpulan mewakili perokok, bekas perokok dan juga penganjur. Melalui kajian ini, hasil dan analisa yang diperolehi dapat memberi panduan kepada kerajaan dan juga penganjur program tentang teknik dan strategi dalam usaha untuk mengatasi halangan audien terhadap keberkesanan kempen Anti Merokok. Penglibatan tiga kategori ini dapat membantu pengkaji untuk mengkaji dengan lebih mendalam berkaitan dengan isu halangan terhadap kempen anti merokok di Melaka. Melalui kajian kualitatif, jawapan yang lebih mendalam dan jujur dapat diperolehi untuk membantu dalam usaha mengurangkan peratus kadar perokok di negara ini khususnya di Melaka.

Satu lagi kepentingan kajian ini adalah dapat digunakan untuk memperbaiki bidang amalannya. Kesejahteraan dan kemakmuran sesebuah negara ditentukan oleh produktiviti warganya dan bagi mencapai wawasan ini, seluruh rakyat perlu menyumbang dan melibatkan diri secara aktif untuk sama-sama membangunkan negara ini. Sejajar dengan tema Negeri Melaka iaitu “Melaka Bandar Teknologi Hijau”, maka secara rasionalnya hasil daripada kajian ini membantu pihak berkuasa tempatan untuk mengetahui bagaimana caranya untuk mewujudkan masyarakat sihat dan sejahtera.

Walaupun bagaimanapun, statistik Kementerian Kesihatan Malaysia telah menunjukkan bahawa Rakyat Malaysia yang menghidap penyakit dan bilangan kematian akibat merokok meningkat setiap tahun. Jelasnya, negara kita memerlukan rakyat yang sihat dan aktif jika ingin meneruskan usaha ke arah kemajuan. Oleh yang demikian, hasil dapatan daripada kajian boleh membantu kerajaan antaranya mengetahui apakah sikap yang dimiliki oleh masyarakat serta pandangan mereka terhadap kempen anti merokok serta masalah komunikasi yang dihadapi oleh perokok dalam penerimaan mesej yang berkaitan anti merokok serta penglibatan masyarakat dalam kempen kesihatan awam khususnya kempen anti merokok.

Dari segi pembentukan dasar, kajian ini juga difikirkan penting kerana dapat membantu organisasi kerajaan, media dan masyarakat untuk memahami sejauh mana dan apakah faktor audien sasaran yang menjadi halangan kepada keberkesanan kempen.

Skop Kajian

Secara keseluruhan, skop dan rasional kajian ini adalah untuk mengenal pasti faktor audien yang terdiri daripada sikap, komunikasi dan penglibatan mereka sebagai penghalang kepada keberkesanan kempen anti merokok. Sampel kajian yang menggunakan sampel kajian bertujuan dan pengkaji telah memilih tiga kelompok yang berbeza itu perokok, bekas perokok dan penganjur program bagi mengetahui apakah halangan yang dihadapi dalam usaha untuk menjayakan kempen anti merokok. Pengkaji memilih Negeri Melaka sebagai lokasi kajian. Pemilihan Melaka sebagai

lokasi kajian adalah disebabkan oleh beberapa faktor iaitu melalui matlamat ‘Melaka Maju Wawasan 2010’, Kerajaan Negeri bertekad mencapai tahap pembentukan masyarakat Melaka yang sihat dari segi fizikal dan mental. Melaka juga adalah bandar bersejarah yang indah dan merupakan destinasi pelancongan utama di Malaysia dan melalui polisi bebas asap rokok akan menyediakan persekitaran yang lebih bersih, segar dan selesa dengan memberi perlindungan kepada penduduk dan pelancong. Kerajaan Negeri juga telah mendahului negeri-negeri lain dalam usaha melaksanakan dan mempromosikan Pelancongan Perubatan dan dasar Persekitaran Bebas Asap Rokok telah menjadikan Melaka negeri pertama yang menonjolkan usaha gigih dalam memelihara rakyat. Kerajaan Negeri juga berperanan dalam melaksana serta menyokong usaha untuk menjadikan Melaka sebagai Melaka Maju Bandar Teknologi Hijau. Justeru itu, pengkaji telah memilih Negeri Melaka sebagai lokasi kajian bagi mengetahui sejauh mana keberkesanan pelaksanaan program kempen anti merokok kepada audien sasaran dan mengetahui apakah halangan yang dihadapi bagi memastikan objektif kempen tercapai.

Batasan Kajian

Fokus utama kajian ini ialah untuk mengenalpasti faktor audien yang menghalang keberkesanan kempen yang merangkumi tiga kelompok audien iaitu perokok, bekas perokok dan penganjur program. Pengkaji bergantung kepada jawapan daripada ketiga-tiga kategori audien ini dalam usaha untuk mengetahui sejauh manakah kesannya kepada pelaksanaan kempen anti merokok. Secara amnya ia merangkumi pendapat, kepercayaan, sikap dan pengalaman yang berkait rapat dengan kempen Antimerokok. Pendapat daripada audien mungkin berbeza mengikut situasi dan keadaan di sekeliling mereka. Contohnya, pengalaman seorang perokok tegar adalah berbeza dengan perokok biasa begitu juga dengan tanggapan daripada penganjur program terhadap kempen anti merokok. Jelasnya jawapan mereka akan berlainan namun pengkaji akan berusaha untuk mendapatkan data yang diperlukan. Selain itu, kesulitan untuk mendapat kerjasama daripada semua disebabkan oleh masa yang terhad antara Pengkaji dan informan. Secara kesimpulannya, data yang diperolehi mudah difahami dan boleh dijadikan sebagai rujukan dan panduan kepada pengkaji.

Definisi Katakunci

1. Kempen Anti Merokok

Kempen Anti Merokok ini ialah ASAP Smoke Free Lifestyle, yang memberi tumpuan kepada golongan remaja. Semua sedia maklum bahawa tabiat merokok adalah antara punca kepada penyakit kronik atau Non-Communicable Disease (NCD) seperti penyakit kardiovaskular dan respiratori. Merokok bukan sahaja mendatangkan mudarat kepada perokok malah turut memberi kesan buruk kepada mereka yang terdedah kepada asap rokok basi (“secondary smoke”).

2. Halangan

Hal yang menjadi sebab tidak terlaksananya suatu rencana (maksud, keinginan) atau terhentinya suatu pekerjaan.

3. Keberkesanan

Perihal berkesan, berubahnya sesuatu tindakan atau perubahan. Sesuatu tindakan itu dapat dilihat daripada hasil yang diperoleh sesudahnya.

4. Sikap

Secara umum, pengertian sikap (attitude) adalah perasaan, pikiran, dan kecenderungan seseorang yang kurang lebih bersifat permanen mengenal aspek-aspek tertentu dalam lingkungannya. Komponen-komponen sikap adalah pengetahuan, perasaan-perasaan, dan kecenderungan untuk bertindak. Dalam pengertian yang lain, sikap adalah kecondongan evaluatif terhadap suatu objek atau subjek yang memiliki konsekuensi yakni bagaimana seseorang berhadapan dengan objek sikap. Tekanannya pada kebanyakan penelitian dewasa ini adalah perasaan atau emosi. Sikap yang terdapat pada diri individu akan memberi warna atau corak tingkah laku ataupun perbuatan individu yang bersangkutan. Dengan memahami atau mengetahui sikap individu, dapat diperkirakan respons ataupun perilaku yang akan diambil oleh individu yang bersangkutan.

5. Keterlibatan

Perihal melibatkan diri dalam sesuatu hal atau perkara.

6. Faktor Komunikasi

Komunikasi adalah suatu proses penyampaian informasi (pesan, idea, gagasan) dari satu pihak kepada pihak lain. Pada umumnya, komunikasi dilakukan secara lisan atau verbal yang dapat difahami oleh kedua belah pihak. apabila tidak ada bahasa verbal yang dapat difahami oleh keduanya, komunikasi masih dapat dilakukan dengan menggunakan gerak-gerik badan, menunjukkan sikap tertentu, misalnya tersenyum, menggelengkan kepala, mengangkat bahu. Cara seperti ini disebut sebagai komunikasi nonverbal.

Ringkasan Bab

Dalam bab ini, pengkaji menjelaskan tentang latar belakang kajian, pernyataan masalah yang membawa kepada empat persoalan dan empat objektif kajian. Pengkaji juga turut membincangkan tentang permasalahan,kepentingan serta skop kajian.

RUJUKAN

- Ahmad Nazri. (2015). Kempen nafas segar dan program anti rokok. *Berita Harian*. Kedapatan dari 1
- Ansoff, I.H. (1990). *Implanting strategic management*. Prentice Hall International, Ltd. London.
- Arif, N. M. (2015). Klinik berhenti merokok. *Kementerian Pendidikan Kesihatan Malaysia*.
- Borland. (1997). *Anti smoking campaign*. Kedapatan dari <https://nosmokingday.org.uk>
- Booth-Butterfield, M. (2000). Adolescents' use of tobacco, health locus of control, and self-monitoring. *Health Communication*, 12(2), 137-148.
- Booth-Butterfield, M. (2003). Embedded health behaviours from adolescence to adulthood: The impact of tobacco. *Health Communication*, 15(2), 171-184.
- Brehmer, B. (1976). Social judgment theory and the analysis of interpersonal conflict. *Psychological Bulletin*, 83, 985-1003.
- Brown KS, Diener A, Ahmed R, Hammond D. Survey Methods. (2002). Youth smoking survey technical report. *Health Canada, Ottawa*. Kedapatan dari http://www.hc-sc.gc.ca/hl-vs/pubs/tobac-tabac/yss-etj-2002/index_e.html
- Chai, X. (2012). Effectiveness of anti-smoking campaign strategies on smoking cessation of chinese smokers. *An Application of Taylor's Six-segment Message Strategy Wheel*.
- Daing Diana Binti Maarof & Mohd Nizam Bin Osman. (2013). Pengaruh faktor sosial kesan kempen media tak nak merokok kementerian kesihatan malaysia. *Jurnal Komunikasi Malaysia Journal of Communication* Kedapatan dari HYPERLINK "http://www.ukm.my/jkom/journal/pdf_files/2013/V29_1_179-198.pdf" http://www.ukm.my/jkom/journal/pdf_files/2013/V29_1_179-198.pdf
- Dalgleish, L.I. (1988). Decision making in child abuse cases: Applications of social judgment theory and signal detection theory. In B. Brehmer, & C.R.B. Joyce (Eds.), *Human Judgment: The SJT view* (pp. 317-360). Amsterdam: North-Holland Elsevier.

- Dearing. (2004). Anti smoking campaign. *International Conference on SocialScience Research*. Kedapatan dari HYPERLINK "https://books.google.com.my/books?id=C6tqAwAAQBAJ&pg=PA305&lg=P305&dq=international+conference+on+social+science+research+in+smoking+source=bl&ots=DFPnyGRDWv&sig=LL9p5CofTThl85rAHCcmM5CfZk&hl=en&sa=X&ei=OwSNVfHdLJPauQT874DQDQ&redir_esc=y" \l "v=onepage&q=international%20conference%20on%20social%20science%20research%20in%20smoking&f=false" https://books.google.com.my/books?id=C6tqAwAAQBAJ&pg=PA305&lg=P305&dq=internatio
- Department of Health (2007). *The introduction of picture warnings on tobacco packs*. Final Regulatory Impact Assessment. Kedapatan dari www.dh.gov.uk/en/Publicationsandstatistics/Publications/PublicationsLegislation/DH_077961
- Devlin, E., Eadie, D., Stead, M., and Evans, K. (2007). Comparative study of young people's response to anti-smoking messages. *International Journal of Advertising*, 26(1), 99-108.
- Gilbert, E. (2005). Contextualising the medical risks of cigarette smoking: Australia young women's perceptions of anti-smoking campaigns, *Health, Risk & Society*, 7(3), pp. 227-245.
- Gosselin, Kim, and Thom Buttner. (2002) . *Smoking Stinks!*. Kedapatan dari HYPERLINK "http://www.healthofchildren.com/S/Smoking.html" \l "ixzz4IznZPvws" http://www.healthofchildren.com/S/Smoking.html#ixzz4IznZPvws
- Gregory, A. (2009). Public relations as planned communication. In R. Tench & L. Yeomans (Eds.). *Exploring public relations* (2 nd ed.) (pp.174-197). Harlow, England: Prentice Hall.
- Grunig, J. E. (2009). *Paradigms of global public relations in an age of digitalisation*. Prism, 6(2), Kedapatan dari http://praxis.massey.ac.nz/fileadmin/Praxis/Files/globalPR/GRUNIG.pdf.
- Grunig, J.E. (2006). Furnishing the edifice: Ongoing research on public relations as a strategic management function. *Journal of Public Relations Research*, 18(2), 151-176.
- Grunig, J. E. (2001). Two-way symmetrical public relations: Past, present, and future. In R. L. Heath (ed.). *Handbook of public relations* (pp.11-30). *Thousand Oaks, CA: Sage*.
- Grunig, J.E. & Repper, F.C. (1992). Strategic management, publics, and issues. In J.E. Grunig, (Ed.). *Excellence in public relations and communication management* (pp. 109-116). *Hillside, NJ: Lawrence Erlbaum Associates*
- Hanum Hassan, N. Y. (2014). Faktor rintangan keatas kempen tak nak merokok. *Jurnal Komunikasi Malaysian Journal of Communication* , jilid 30(1).

- Hansen, J., Winzeler, S., & Topolinski, S. (2010). When the death makes you smoke: A terror management perspective on the effectiveness of cigarette on-pack warnings. *Journal of Experimental Social Psychology*, 46(1), 226-228.
- Hafstad, A. and Aaaro, L. (1997). Activating interpersonal influence through provocative appeals- evaluation of a mass media-based anti-smoking campaign targeting adolescents. *Health Communication Journal* , vol. 7, 122-127.
- Kementerian Kesihatan Malaysia. (2015). Kempen berjalan 1000 langkah. *Pendidikan Kesihatan kementerian Kesihatan Malaysia* . Kedapatan dari "http://www.infosihat.gov.my/infosihat/projekkkhas/10000_langkah.php" http://www.infosihat.gov.my/infosihat/projekkkhas/10000_langkah.php
- Mafuzah Binti Musban., Noraisyah Binti Mohd Nor., Nur Shaliha Binti Mohd Kahar., Norsyazreen Binti Ramlan & Nur Salimah Binti Alias. (2010). *Kempen anti merokok*. Kedapatan dari HYPERLINK "<http://eprints.utm.my/26341/1/Kempen%20Anti%20Merokok.pdf>" <http://eprints.utm.my/26341/1/Kempen%20Anti%20Merokok.pdf>
- Mahoney, J. (2010). Strategic communication and anti-smoking campaigns. *Public Communication Review*, Vol.1 No.2.
- Maizurah Omar, Rahmat Awang, Razak Lajis, Foong Kin, Ahmad Salihin Mohamad Samin, Halilol Rahman Mohamad Khan, Intan Suhaila Kassim, Tan Yen Lian & Yong Check Yoon (2006). *Reka bentuk dan penilaian label amaran bergrafik pada kotak rokok*. Laporan Ogos 2006. Pusat Racun Negara : USM
- Malaysia, K. K. (2015). Kempen berjalan 1000 langkah. *Pendidikan Kesihatan Kementerian Kesihatan Malaysia*.
- Michael, P. & Roxane, P. (2010). Persuasive communication campaigns. Kedapatan dari "[https://books.google.com.my/books?id=zFTWxwJEnLQC&pg=PA193&dq=Laer+\(1978\),&hl=en&sa=X&ei=2ASNVeajOY6VuQS6w4wBQ&ved=0CBwQ6wAA"v=onepage&q=Langer%20\(1978\)%2C&f=false](https://books.google.com.my/books?id=zFTWxwJEnLQC&pg=PA193&dq=Laer+(1978),&hl=en&sa=X&ei=2ASNVeajOY6VuQS6w4wBQ&ved=0CBwQ6wAA)" [https://books.google.com.my/books?id=zFTWxwJEnLQC&pg=PA193&dq=Laer+\(1978\),&hl=en&sa=X&ei=2ASNVeajOY6VuQS6w4wBQ&ved=0CBwQ6wAA#v=onepage&q=Langer%20\(1978\)%2C&f=false](https://books.google.com.my/books?id=zFTWxwJEnLQC&pg=PA193&dq=Laer+(1978),&hl=en&sa=X&ei=2ASNVeajOY6VuQS6w4wBQ&ved=0CBwQ6wAA#v=onepage&q=Langer%20(1978)%2C&f=false)
- Miller L. (1986). *Principles of measurement of visual standout in pack design*. Group Research & Development Centre, British American Tobacco Batch No. 102699347-102699500
- Miller, W. R. (Ed.). (1980). *The addictive behaviors: Treatment of alcoholism, drug abuse, smoking, and obesity*. New York: Pergamon.
- n.d. (2007). Background on the national tobacco youth campaign. National Tobacco Campaign. *Australian Government Department of Health and Ageing*. Canberra: Department of Health and Ageing. Kedapatan dari <http://www.quitnow.gov.au/internet/quitnow/publishing.nsf/Content/youth->

- <http://www.quitnow.gov.au/internet/quitnow/publishing.nsf/Content/youth-1p>
- n.d. (2014). Kempen anti merokok. *Blue Ribbon Malaysia (BRC)*. Kedapatan dari "<http://www.myblueribbon.org.my/>" <http://www.myblueribbon.org.my/>
- n.d. (2008). *Kempen kesedaran kesihatan*. Bahagian Kementerian Kesihatan Kementerian Kesihatan Malaysia. Kedapatan dari "http://www.infosihat.gov.my/infosihat/projekkkhas/kempen_nak_sihat.php" http://www.infosihat.gov.my/infosihat/projekkkhas/kempen_nak_sihat.php
- n.d. (2010). Us Centers for Disease Control and Prevention. Kedapatan dari "<http://taknak.myhealth.gov.my/index.php/ms/component/content/category/2-uncategorised>" <http://taknak.myhealth.gov.my/index.php/ms/component/content/category/2-uncategorised>
- Norimy Aimi, Muhamad Amirul Afiq Mastor, Azrai Mohammad dan Rosalinda Md Said. (2010). Laporan khas 'kempen berhenti merokok gagal'. *Utusan Malaysia*.
- Norliza Md Arif. (2015). Klinik berhenti merokok. *Kementerian Pendidikan Kesihatan Malaysia*. Kedapatan dari "http://www.academia.edu/11634137/Klinik_Berhenti_Merokok" http://www.academia.edu/11634137/Klinik_Berhenti_Merokok
- Normam, Dr. (2009). *Kempen bebas rokok tanggungjawab bersama*. Kedapatan dari "<http://www.2012/10/kempen-bebas-rokok-tanggungjawab-semua.html>" <http://www.2012/10/kempen-bebas-rokok-tanggungjawab-semua.html>
- Osman, D. D. (2013). Pengaruh faktor sosial kesan kempen media tak nak merokok kementerian kesihatan malaysia. *Jurnal Komunikasi Malaysia Journal of Communication*, 29(1), 179-198
- Roslee Ahmad & Mohamed Sharif Mustafa. (2006). *Kajian punca, risiko merokok dan sumbangan merokok terhadap penagihan bahan*. Annual Conference On Teacher Education.
- Rusydi Mohamad Kamal, A. L. (2013). *Kesan komunikasi visual mesej kesihatan pada kotak rokok ke atas perokok*. Proceeding of the International Conference on Social Science Research.
- Sachs, K. (2010). Up in smoke: how anti smoking advertisements have changed youth smoking habits. *The Elon Journal of Undergraduate Research in Communications*, 1(1), 58-69
- Smoke Free Lifestyle. (2012). *Kementerian Kesihatan Malaysia*.
- Snyder, L. B. (2007). Health communication campaign and their impact on behavior. *Science Direct*. Kedapatan

dari"http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1499404606006543"
<http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1499404606006543>

Soo Shey San, A. M. (2014). Pendorong pencarian maklumat kanser serviks menerusi komunikasi interpersonal. *Global Media Journal-Malaysian Edition*, 4 (1), 53-68
Kedapatan dari
http://trace.tennessee.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=2327&context=utk_gradthes

Tom, C., Trish, C., Kate, P. (2011). *Tobacco control campaigns in Australia: Experience*. Kedapatan dari
<http://www.tobaccoaustralia.org.au/chapter-14-social-marketing/14-3-tobacco-control-campaigns-in-australia-experiment>

Vandervoort, D. (1995). *Current Psychology*. Batch No: 10.1007/BF02686875

Wrench, J. S., & Booth-Butterfield, M. (2003). Increasing patient satisfaction and compliance: An examination of physician humor orientation, compliance-gaining strategies, and perceived credibility. *Communication Quarterly*, 51, 482-503



UNIVERSITI PUTRA MALAYSIA

PENGESAHAN STATUS UNTUK TESIS/LAPORAN PROJEK DAN HAKCIPTA

SESI AKADEMIK : _____

TAJUK TESIS/LAPORAN PROJEK :

FAKTOR AUDIEN SASARAN SEBAGAI PENGHALANG KEPADA KEBERKESANAN KEMPEN ANTIMEROKOK

NAMA PELAJAR : SITI FAIDUL MAISARAH ABDULLAH

Saya mengaku bahawa hakcipta dan harta intelek tesis/laporan projek ini adalah milik Universiti Putra Malaysia dan bersetuju disimpan di Perpustakaan UPM dengan syarat-syarat berikut :

1. Tesis/laporan projek adalah hak milik Universiti Putra Malaysia.
2. Perpustakaan Universiti Putra Malaysia mempunyai hak untuk membuat salinan untuk tujuan akademik sahaja.
3. Perpustakaan Universiti Putra Malaysia dibenarkan untuk membuat salinan tesis/laporan projek ini sebagai bahan pertukaran Institusi Pengajian Tinggi.

Tesis/laporan projek ini diklasifikasi sebagai :

*sila tandakan (✓)

SULIT

(mengandungi maklumat di bawah Akta Rahsia Rasmi 1972)

TERHAD

(mengandungi maklumat yang dihadkan edaran Kepada umum oleh organisasi/institusi di mana penyelidikan telah dijalankan)

AKSES TERBUKA

Saya bersetuju tesis/laporan projek ini dibenarkan Diakses oleh umum dalam bentuk bercetak atau atas talian.

Tesis ini akan dibuat permohonan :

PATEN

Embargo _____ hingga _____
(tarikh) (tarikh)

Pengesahan oleh:

(Tandatangan Pelajar)
No Kad Pengenalan / No Pasport.:

Tarikh :

(Tandatangan Pengerusi Jawatankuasa Penyeliaan)
Nama:

Tarikh :

[Nota : Sekiranya tesis/laporan projek ini SULIT atau TERHAD, sila sertakan surat dari organisasi/institusi tersebut yang dinyatakan tempoh masa dan sebab bahan adalah sulit atau terhad.]