



Advokasi dan penerimaan pengundi terhadap Program Transformasi Kerajaan (GTP) dalam PRU-13

Maizatul Haizan Mahbob¹, Wan Idros Wan Sulaiman¹

¹Pusat Pengajian Media dan Komunikasi, Fakulti Sains Sosial dan Kemanusiaan, Universiti Kebangsaan Malaysia

Correspondence: Maizatul Haizan Mahbob (email: maiz@ukm.my)

Abstrak

Artikel ini membincangkan inisiatif kerajaan melaksanakan Program Transformasi Kerajaan (GTP) terhadap birokrasi dan perkhidmatan awam supaya hasilnya benar-benar dirasai oleh rakyat. Tumpuan perbincangan diberikan kepada bagaimana advokasi dilakukan dan sejauh mana penerimaan rakyat terhadap program GTP tersebut bagi bidang yang diberi tumpuan. Kajian dijalankan dengan menggunakan kaedah analisis kandungan, survei dan perbincangan kumpulan fokus. Hasil kajian mendapati advokasi dilakukan dengan kerap melalui media elektronik, khususnya segmen berita dan iklan, juga melalui media cetak atas talian. Melalui advokasi ini rata-rata responden sedar dan faham tentang GTP. Bagaimanapun penerimaan responden terhadap program GTP adalah pada tahap sederhana sahaja. Mereka memberi reaksi yang pelbagai tentang impak GTP: tiada impak bagi program pembanterasannya jenayah dan rasuah; impak minimum bagi usaha mengurangkan kos sara hidup, meningkatkan taraf hidup isi rumah berpendapatan rendah dan meningkatkan tahap penyediaan infrastruktur asas luar bandar; dan impak ketara hanya dikesan terhadap usaha meningkatkan pencapaian pelajar dan pengangkutan awam bandar. Kajian ini menunjukkan bahawa kerajaan perlu memberi tumpuan kepada usaha meningkatkan kefahaman rakyat tentang GTP dan dasar awam berkaitan supaya mereka lebih mudah menerima dan terlibat dengan program tersebut.

Katakunci: advokasi dasar awam, difusi inovasi, inovasi sosial, komunikasi dasar awam, penerimaan inovasi, Program Transformasi Kerajaan

Government Transformation Programmes (GTP) and GE-13 : Advocacy and voter acceptance

Abstract

This article discusses the impact of the Malaysian Government Transformation Programmes (GTP) designed to make the bureaucracy and the civil services more satisfactory to the public. Focus of discussion is on the extent of advocacy and acceptance of the programmes by members of the public and their perception of the GTP outcome. Adopting the methods of content analysis, surveys, and focus group discussions, the study found that advocacy was done frequently through electronic media from categories of news segments and commercials as well as through on-line print media. Most of the respondents were found to be highly aware of, and did understand the GTP. However, the acceptance level of the GTP was only moderate. Their reaction towards the GTP impacts varied significantly. There was no perceived impact on crime and corruption eradication programmes while a minimum impact was indicated for programmes to reduce the cost of living, to raise the living standards of low-income households, and to upgrade rural infrastructure. A significant impact was only perceived for programmes designed to enhance students' achievement and urban public transportation. Overall, the findings point to the need for the government to focus on improving the understanding of the people about the GTP so that they would become more receptive of, and engaged with the programmes.

Keywords: acceptance of innovation, diffusion of innovation, public policy advocacy, public policy communication, social innovation, Government Transformation Programmes

Pengenalan

Kepimpinan Perdana Menteri Malaysia keenam iaitu Dato' Seri Mohd Najib Tun Razak amat sinonim dengan pelbagai idea transformasi. Justeru beliau diberi gelaran Bapa Transformasi Negara. Program transformasi yang dilaksanakan Dato' Seri Najib adalah meluas dengan merangkumi transformasi kerajaan, politik dan ekonomi. Ketiga-tiga transformasi ini dilaksanakan serentak dan menjadi pelengkap antara satu sama lain. Bagaimanapun program transformasi yang lebih menonjol dan dekat dengan rakyat ialah transformasi kerajaan atau dikenali sebagai *Government Transformation Programme* (GTP).

Idea transformasi ini diterjemahkan ke dalam bentuk dasar setelah Dato' Seri Najib mengambil alih tampuk kepimpinan negara daripada Tun Abdullah Ahmad Badawi pada April 2009, iaitu setahun selepas Pilihan Raya Umum (PRU) ke-12. Pada ketika itu, iklim politik Malaysia mengalami perubahan dengan cetusan fenomena tsunami politik dan suasana perpaduan kaum yang kurang harmoni. Implikasinya, Barisan Nasional (BN) gagal mempertahankan majoriti dua pertiga kerusi parlimen. Kegagalan ini mendorong kepada usaha transformasi dengan membuat beberapa perubahan terhadap landskap politik pada ketika itu. Antaranya ialah dengan mengubah tampuk kepimpinan yang menyaksikan pengunduran Tun Abdullah Ahmad Badawi daripada jawatan Perdana Menteri dan digantikan dengan timbalannya Dato' Seri Najib. Apabila beliau mengambil alih jawatan, Dato' Seri Najib cuba menarik sokongan rakyat berbilang kaum terhadap BN dengan membuat beberapa transformasi.

Gagasan 1Malaysia merupakan idea terawal di bawah kepimpinan beliau dan ia dilaksanakan sebagai suatu dasar utama negara bagi mengembalikan semula keharmonian kaum yang dikatakan semakin renggang sejak kebelakangan ini. 1Malaysia bukan semata-mata suatu gagasan atau idea tetapi juga telah menjadi satu jenama atau produk yang menyaksikan semua rakyat tidak kira apa jua latar belakang mereka, berhak untuk mendapatkan perkhidmatan atau produk 1Malaysia. Ini bermakna, kuota yang berasaskan kaum tidak lagi diguna pakai untuk mendapatkan produk 1Malaysia asalkan mereka memenuhi syarat pendapatan yang ditetapkan. Rentetan daripada itu, pelbagai lagi usaha transformasi dilaksanakan bagi mempersiapkan rakyat menuju ke arah negara maju yang berbaki hanya beberapa tahun sahaja lagi. Justeru itu, selain transformasi perkhidmatan awam yang dilaksanakan melalui GTP yang kita kenali pada hari ini, kerajaan juga telah melaksanakan transformasi ekonomi melalui penubuhan Model Ekonomi Baru (MEB) untuk menjadikan Malaysia sebuah negara berpendapatan tinggi. Transformasi politik turut dilaksanakan melalui penghapusan atau pindaan akta yang dikatakan membataskan kebebasan bersuara dan berpolitik.

Artikel ini mengupas inisiatif yang dilakukan oleh kerajaan BN melalui GTP. Perbincangan ditumpukan kepada bagaimana advokasi dilakukan dan sejauh mana penerimaan rakyat serta impak keberhasilan program GTP tersebut terhadap bidang yang diberi tumpuan. Impak keberhasilan transformasi ini akan dikupas dengan menilai tahap kesedaran dan kefahaman serta penerimaan pengundi berdasarkan persepsi mereka terhadap GTP, iaitu sebelum Pilihan Raya Umum Ke-13.

Program Transformasi Kerajaan (GTP) sebagai komitmen bagi memenangi PRU-13

Program Tranformasi Kerajaan (GTP) dilaksanakan menerusi tiga fasa. Fasa pertama adalah bagi tempoh 2010-2012; fasa kedua, 2012-2015 dan fasa ketiga 2015-2020. Fasa pertama melibatkan penubuhan jentera perubahan yang baharu serta penetapan dan pencapaian sasaran dalam Bidang Keberhasilan Utama Negara (National Key Results Area - NKRA), dan Bidang Keberhasilan Utama Kementerian (Ministrial Key Results Area – MKRA). Fasa kedua pula melibatkan perubahan NKRA dan MKRA yang semakin bertambah baik. Sektor ekonomi berkembang menjadi sektor bernilai tambah lebih tinggi dan produktiviti kerajaan semakin meningkat. Sementara fasa ketiga melibatkan perubahan sebagaimana yang

dibayangkan oleh Wawasan 2020. Rakyat akan mengalami perubahan rasa menjadi rakyat Malaysia dan merasai kemakmuran yang lebih tinggi tahapnya. Kerajaan dijangka menjadi lebih kecil tetapi tangkas. Model penyampaian perkhidmatan awam yang inovatif, berteraskan rakyat, menumpukan pada pilihan dan persaingan sudah wujud pada ketika itu (Laporan Program Transformasi Kerajaan, 2010). Bidang yang diberi tumpuan khusus untuk ditambah baik dan mencapai hasil dalam kadar yang segera atau dikenali sebagai NKRA ialah:

- i. menangani kos sara hidup (diterajui oleh Timbalan Perdana Menteri - diperkenalkan pada Julai 2011);
- ii. mengurangkan jenayah (diterajui oleh Menteri Keselamatan Dalam Negeri);
- iii. membanteras rasuah (diterajui oleh Menteri di Jabatan Perdana Menteri - bertanggung jawab terhadap undang-undang);
- iv. mempertingkatkan pencapaian pelajar (diterajui oleh Menteri Pelajaran);
- v. mempertingkatkan taraf hidup isi rumah berpendapatan rendah (diterajui oleh Menteri Pembangunan Wanita, Keluarga dan Masyarakat);
- vi. mempertingkatkan infrastruktur asas luar bandar (diterajui Menteri Pembangunan Luar Bandar dan Wilayah);
- vii. mempertingkatkan pengangkutan awam (diterajui oleh Kementerian Pengangkutan)

Ciri-ciri inovatif yang terdapat pada program ini ialah: pertama, meletakkan matlamat lebih tinggi daripada biasa dan mencabar diri untuk mencapainya; kedua, menekankan prestasi dan hasil kerja kakitangan awam yang jitu dan kebertanggungjawaban yang tinggi; dan ketiga, menekankan hasil yang pantas dalam masa yang singkat dan dirasai oleh rakyat. Bentuk pelaksanaan dasar ini merupakan julung kali diadakan yang bertujuan untuk mencabar karenah birokrasi yang sering dikaitkan dengan pelaksanaan dasar awam yang lembap dan tidak cekap. Justeru cara kerja yang menekankan pencapaian hasil dititikberatkan selaras dengan slogan “Rakyat Didahulukan, Pencapaian Diutamakan”. Kakitangan kerajaan digesa membentuk rangka minda berorientasikan rakyat bagi melahirkan budaya berprestasi tinggi. Segala karenah birokrasi diharap dapat diatasi dengan adanya kerangka minda yang berorientasikan rakyat. Hal ini merupakan strategi dan komitmen kerajaan BN untuk memenangi PRU-13.

Komitmen kerajaan ke arah mentransformasikan perkhidmatan awam dan kesejahteraan hidup rakyat dilihat berterusan. Inilah usaha keras yang dilakukan oleh Dato’ Seri Najib hingga ke saat akhir kempen politik menjelang PRU-13. Ia semata-mata untuk memenangi hati rakyat berbilang kaum agar memberi sokongan padu kepada BN bagi membolehkan parti ini menguasai semula dua pertiga kerusi parlimen dan merampas kembali negeri-negeri yang diperintah Pakatan Rakyat (PR). Dalam usaha beliau ini, pendekatan yang bersifat mendekati rakyat lebih banyak digunakan. Antaranya, menggunakan pendekatan komunikasi dari bawah ke atas. Media sosial seperti facebook dan twitter digunakan dengan meluas untuk berkomunikasi secara langsung dengan rakyat tanpa halangan daripada mana-mana birokrat yang boleh menyebabkan mesej sebenar tidak sampai kepada pengetahuan Perdana Menteri. Justeru itu rakyat digalakkan memberi kritikan, pandangan dan cadangan untuk menambah baik perkhidmatan awam agar kesejahteraan sosial dapat ditingkatkan.

Maklum balas daripada rakyat membolehkan kerajaan mengambil tindakan segera memperbaiki kemudahan perkhidmatan yang disediakan. Tujuh bidang yang diberi keutamaan untuk ditambah baik dengan segera seperti mana yang disenaraikan di atas adalah hasil daripada maklum balas rakyat. Ini bermakna, melalui komunikasi dari bawah ke atas dengan menggunakan media sosial, rakyat telah dilibatkan bersama dalam pembuatan keputusan. Selain bertujuan untuk mencapai hasil yang pantas daripada tujuh bidang keberhasilan utama (NKRA) yang disenaraikan, kerajaan juga telah melaksanakan inisiatif 1Malaysia. Terdapat sekurang-kurangnya 22 produk di bawah inisiatif 1Malaysia yang boleh digolongkan kepada sembilan kategori iaitu perumahan, kesihatan, kad diskaun, pendidikan dan latihan, runcit dan pakaian, makanan, pengangkutan, ekonomi dan bantuan umum. Butirannya ditunjukkan dalam Jadual 1.

Jadual 1. Inisiatif 1Malaysia

Bil.	Kategori	Inisiatif
1	Perumahan	<ul style="list-style-type: none"> • Perumahan Rakyat 1Malaysia (PR1MA)
2	Kesihatan	<ul style="list-style-type: none"> • Pusat Bersalin Berisiko Rendah 1Malaysia • Klinik 1Malaysia • Rawatan Perubatan Percuma bagi Warga Emas • Klinik Bergerak 1Malaysia
3	Kad Diskaun	<ul style="list-style-type: none"> • Kad Keistimewaan 1Malaysia • Kad Diskaun Pelajar 1Malaysia
4	Pendidikan dan Latihan	<ul style="list-style-type: none"> • Inisiatif Kembali ke Sekolah • i-TRIM (tuisyen percuma) • Bantuan Buku 1Malaysia (BB1M) • Skim Latihan 1Malaysia (SL1M)
5	Makanan	<ul style="list-style-type: none"> • Program Susu 1Malaysia • Kedai Ikan Rakyat 1Malaysia (KIR1M) • Menu Rakyat 1Malaysia • Skim Keselamatan Makanan 1Malaysia (SK1M)
6	Runcit dan Pakaian	<ul style="list-style-type: none"> • Kedai Rakyat 1Malaysia (KR1M) • Kedai Kain Rakyat 1Malaysia
7	Pengangkutan	<ul style="list-style-type: none"> • Teksi Rakyat 1Malaysia (TR1MA)
8	Ekonomi	<ul style="list-style-type: none"> • Amanah Saham 1Malaysia (AS1M) • Skim Amanah Rakyat 1Malaysia
9	Bantuan Umum	<ul style="list-style-type: none"> • Bantuan Rakyat 1Malaysia (BR1M) • e-Kasih

Sumber: <http://www.1malaysia.com.my/my-record>

Inisiatif 1Malaysia adalah selari dengan GTP itu sendiri khususnya dari segi mengurangkan beban sara hidup. Pelaksanaan semua program ini dikatakan telah memberi manfaat segera kepada rakyat (<http://www.bernama.com/bernama/v7/ge/newsgeneral.php?id=1037906>). Berdasarkan Laporan Tahunan GTP 2012, inisiatif kerajaan dalam mengurangkan beban sara hidup melalui NKRA pengurangan kos sara hidup, telah memanfaatkan hampir empat juta isi rumah berpendapatan bulanan RM3,000 ke bawah melalui pemberian tunai RM500 (BR1M). Bantuan persekolahan RM100 pula telah memanfaatkan 5.3 juta pelajar sekolah, manakala baucar buku RM200 telah memberi manfaat kepada 1.3 juta pelajar kolej dan universiti. Selain bantuan jangka pendek seperti ini, kerajaan turut meneruskan dasar pemberian subsidi kepada barangan asas terpilih seperti beras, gula, minyak masak dan tepung gandum, hasil petroleum termasuk minyak petrol, diesel dan gas memasak (<http://www.1malaysia.com.my/my-record>).

Inisiatif yang diambil bagi mengurangkan kadar jenayah melalui NKRA jenayah pula dikatakan telah dapat mengurangkan kadar jenayah jalanan sebanyak 39 peratus manakala jenayah keseluruhan berkurangan sebanyak 11 peratus sejak tahun 2009. Menerusi NKRA pendidikan, sebanyak 77 peratus kanak-kanak pra-sekolah berpeluang mengikuti pembelajaran peringkat pra-sekolah berbanding 67 peratus sebelum GTP dilaksanakan. Manakala bagi NKRA infrastruktur luar bandar, hampir 1,000 kilometer jalan luar bandar telah dibina, 27,000 isi rumah mendapat bekalan elektrik dan 70,000 isi rumah mendapat bekalan air bersih (<http://www.1malaysia.com.my/my-record>).

Bagi NKRA mempertingkatkan taraf hidup isi rumah berpendapatan rendah, kerajaan telah berjaya mengeluarkan 44,000 isi rumah daripada kategori miskin tegar. Sementara dalam usaha membanteras rasuah melalui NKRA pembanteras rasuah, sebanyak 900 pesalah rasuah telah disabitkan kesalahan. Kejayaan ini antaranya adalah hasil daripada penubuhan mahkamah khas bagi mempercepatkan perbicaraan kes-kes rasuah. Akhir sekali menerusi NKRA pengangkutan awam, kualiti pengangkutan awam khususnya di Lembah Klang telah dapat ditingkatkan melalui penubuhan beberapa terminal baru yang bersifat bersepadu (<http://www.1malaysia.com.my/my-record>).

Dalam membincangkan penerimaan program transformasi ini, Teori Difusi Inovasi oleh Rogers (2003) dan Teori Tingkah Laku Terancang oleh Ajzen (1991) akan dijadikan asas. Penerimaan dalam konteks Rogers (2003) adalah difusi. Difusi ialah suatu proses di mana inovasi dikomunikasikan (disebarkan) melalui beberapa saluran dari semasa ke semasa dalam kalangan ahli sesebuah sistem sosial. Difusi dilihat dalam konteks beberapa tahap, iaitu penginovasi, penerima awal, majoriti awal, majoriti lewat, dan ketinggalan (lagard). Pendifusian berlaku mengikut proses tertentu yang bermula dengan peringkat pengetahuan, pembujukan, keputusan, pelaksanaan dan pengesahan. Dua peringkat yang penting di sini adalah pengetahuan dan pembujukan. Advokasi adalah suatu hal yang penting di peringkat pengetahuan iaitu menggunakan apa jua media untuk menerangkan kepada rakyat tentang idea atau dasar baru yang sedang dilaksanakan oleh kerajaan. Peringkat pembujukan pula ialah usaha memberi pemahaman yang jelas tentang inovasi tersebut. Teori Tingkah Laku Terancang memberikan beberapa konstruk bagi menerangkan proses pembujukan. Konstruk tersebut ialah sikap, norma subjektif, kawalan tingkah laku dan niat. Sikap ialah perasaan atau persepsi seseorang terhadap sesuatu perkara sama ada suka atau tidak suka terhadap perkara tersebut. Norma subjektif pula ialah persepsi seseorang tentang pandangan orang ramai yang penting kepada dirinya dalam menentukan sama ada dia harus atau tidak harus melakukan sesuatu tindakan yang sedang difikirkan untuk dilaksanakan. Manakala kawalan tingkah laku ialah persepsi individu tentang mudah atau sukarnya untuk melaksanakan sesuatu tingkah laku bergantung kepada sumber dan peluang. Sementara niat ialah motivasi untuk melaksanakan sesuatu tingkah laku. Tingkah laku dalam konteks kajian ini adalah penerimaan inovasi dasar yang dilaksanakan oleh kerajaan.

Kaedah pengumpulan data

Kajian ini menggunakan tiga kaedah, iaitu analisis kandungan, survei dan perbincangan kumpulan fokus. Analisis kandungan digunakan untuk mengenal pasti sejauh mana GTP diuar-uarkan kepada rakyat supaya mereka sedar, mengetahui dan memahami apa sebenarnya GTP dan apa yang ingin dicapai daripada program ini. Langkah ini merupakan peringkat awal difusi inovasi, iaitu menggunakan pelbagai saluran media bagi memberi pengetahuan supaya orang ramai tahu tentang transformasi yang sedang dilakukan oleh kerajaan dan memujuk mereka untuk menerima program transformasi ini. Dua bentuk media diteliti, iaitu media elektronik (televisyen) dan media cetak *on-line* bagi melihat kekerapan advokasi yang dilakukan oleh kerajaan tentang GTP. Semakin kerap advokasi dilakukan misalnya melalui iklan dan kempen, dijangkakan orang ramai akan semakin sedar dan tahu tentang perkara baharu yang sedang dilakukan oleh kerajaan (Miller, 2005). Media elektronik yang diberi tumpuan ialah televisyen (TV) yang merangkumi saluran TV kerajaan (TV1) dan TV swasta (TV3 dan TV9). Manakala media cetak *on-line* yang diberi tumpuan ialah media cetak versi *on-line* yang pro kerajaan, iaitu Utusan On-line dan Kosmo On-line serta media cetak versi *on-line* yang pro pembangkang, iaitu Keadilan On-line.

Analisis kandungan ke atas media elektronik dan media *on-line* telah dijalankan selama tiga minggu, bermula 16 Mei 2012 hingga 4 Julai 2012. Tumpuan diberikan ke atas advokasi GTP. Pada minggu pertama (16 Mei – 24 Mei 2012), analisis telah dilakukan ke atas kandungan Kosmo On-line, Utusan On-line dan TV3. Pada minggu kedua pula (30 Mei – 5 Jun 2012), analisis telah dilakukan ke atas kandungan Keadilan On-line dan TV1. Pada minggu ketiga (25 Jun 4 - Julai 2012), analisis yang serupa dilakukan ke atas kandungan TV9. Analisis ke atas media elektronik (TV1, TV3 dan TV9) hanya dilakukan pada waktu puncak, iaitu dari jam 7 petang hingga 9 malam. Dua saluran advokasi diberi tumpuan, iaitu advokasi menerusi berita dan menerusi sisipan iklan.

Survei pula dilakukan untuk meninjau penerimaan rakyat terhadap inisiatif transformasi yang dilaksanakan bagi menarik sokongan pengundi. Seramai 451 responden di sekitar Lembah Klang terlibat dengan kajian ini. Daripada jumlah tersebut, 245 (54.5%) adalah lelaki dan 205 (45.5%) adalah perempuan. Sebahagian besar daripada responden (73.6%) adalah Melayu, diikuti Cina (16.9%), India (8.2%) dan bumiputera Sabah/Sarawak (1.3%). Sebahagian besar responden juga (75.2%) terdiri

daripada golongan muda, iaitu mereka yang berumur antara 18 hingga 34 tahun. Sebahagian besar daripada mereka (68.5%) berpendidikan sederhana tinggi dengan sekurang-kurangnya lulus STPM.

Perbincangan kumpulan fokus dijalankan ke atas 15 orang informer yang dibahagikan kepada tiga kumpulan, iaitu kumpulan bumiputera, bukan bumiputera dan parti pembangkang (lima responden bagi setiap kumpulan). Kumpulan bumiputera dan bukan bumiputera adalah mereka yang tidak menjadi ahli mana-mana parti politik. Mereka dilibatkan dalam perbincangan kumpulan fokus adalah untuk melihat sejauh mana wujudnya perbezaan pandangan mereka tentang dasar kerajaan yang dikatakan lebih berpihak kepada bumiputera. Manakala kumpulan parti pembangkang ialah individu yang menjadi ahli mana-mana parti pembangkang. Pandangan mereka diambil bertujuan untuk melihat sejauh mana mereka bersetuju dengan GTP yang sedang dilaksanakan. Secara keseluruhan, tujuan kaedah ini dijalankan adalah untuk mengetahui persepsi informer tentang impak inisiatif transformasi ke atas kehidupan mereka.

Advokasi transformasi menerusi media

Merujuk Jadual 2, berdasarkan tujuh hari pemerhatian, didapati kekerapan advokasi GTP menerusi TV3 adalah lebih banyak berbanding TV1 dan TV9. Isu yang mendapat liputan paling tinggi ialah isu jenayah yang merupakan NKRA kedua, iaitu mengurangkan kadar jenayah. Isu ini mendapat liputan berita sebanyak lapan kali di TV1, 16 kali di TV3 dan 17 kali di TV9. Ini diikuti isu pendidikan yang merupakan NKRA keempat, iaitu mempertingkatkan pencapaian pelajar yang mendapat liputan kedua tertinggi khususnya di TV3. Bagaimanapun isu ini kurang diliputi oleh TV1 dan TV9. Perbandingan bagi ketiga-tiga stesen TV tersebut mendapati bahawa TV3 membuat liputan GTP merangkumi semua NKRA sebanyak 60 kali, tertinggi berbanding TV1 dan TV9 yang masing-masing hanya 26 kali. Walaupun TV3 merupakan sebuah stesen TV swasta, namun stesen ini lebih banyak membuat advokasi tentang dasar kerajaan khususnya GTP berbanding stesen TV1 yang dimiliki oleh kerajaan. Secara keseluruhan, jumlah liputan daripada ketiga-tiga stesen TV tersebut mengikut kekerapan adalah seperti berikut: paling kerap adalah isu pengurangan kadar jenayah (41 kali), diikuti isu membanteras rasuah (19 kali), isu mempertingkatkan pencapaian pelajar (18 kali), isu menangani kos sara hidup (16 kali), isu mempertingkatkan taraf hidup isi rumah berpendapatan rendah (10 kali) dan masing-masing empat (4) kali bagi isu mempertingkatkan infrastruktur asas luar bandar dan mempertingkatkan pengangkutan awam bandar.

Jadual 2. Kekerapan advokasi GTP-NKRA menerusi berita di TV1, TV3 dan TV9

Hari Cerapan Dilakukan	Advokasi NKRA Menerusi Berita																							
	TV1								TV3								TV9							
	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N
	K	K	K	K	K	K	K	J	K	K	K	K	K	K	K	J	K	K	K	K	K	K	K	J
	R	R	R	R	R	R	R	U	R	R	R	R	R	R	R	U	R	R	R	R	R	R	R	U
	A	A	A	A	A	A	A	M	A	A	A	A	A	A	A	M	A	A	A	A	A	A	A	M
	1	2	3	4	5	6	7		1	2	3	4	5	6	7		1	2	3	4	5	6	7	
Pertama	-	1	-	-	-	1	2	4	2	-	3	5	-	-	-	10	-	1	1	-	-	-	-	2
Kedua	2	-	2	1	-	1	-	6	-	3	2	2	1	1	-	9	-	4	1	-	-	-	-	5
Ketiga	2	-	1	1	1	-	-	5	3	4	3	1	3	-	2	16	-	2	2	-	-	-	-	4
Keempat	2	1	1	-	-	-	-	4	-	1	-	2	1	-	-	4	-	1	2	2	1	-	-	6
Kelima	-	4	-	-	2	-	-	6	4	-	1	2	-	-	-	7	-	-	-	-	1	-	-	1
Keenam	-	1	-	-	-	-	-	1	-	6	-	1	-	-	-	7	-	5	-	-	-	-	-	5
Ketujuh	-	1	-	-	-	-	-	1	1	2	-	1	1	2	-	7	-	4	-	-	-	-	-	4
JUMLAH	6	8	4	2	3	1	2	26	10	16	9	14	6	3	2	60	0	17	6	2	1	0	0	26

Isu jenayah sering mendapat liputan berita semua stesen TV dan liputannya boleh dikatakan hampir setiap hari. Ini bermakna kejadian jenayah berlaku hampir setiap hari dan menjadi isu yang paling hampir dengan masyarakat. Justeru itu tidak hairanlah sekiranya isu jenayah menjadi antara bidang keberhasilan yang diberi keutamaan. Sementelah pula isu jenayah sering ditekankan oleh rakyat agar kerajaan memberi lebih perhatian terhadap isu tersebut.

Merujuk kepada Jadual 3, TV3 masih mengungguli liputan GTP, tetapi kali ini menerusi iklan. TV3 mengatasi TV1 dan TV9 dari segi menguar-uarkan GTP menerusi iklan. Selama tujuh hari pemerhatian ketika waktu puncak dari jam 7 hingga jam 9 malam, sebanyak 12 iklan tentang GTP ke udara menerusi TV3, lapan iklan menerusi TV9 dan hanya satu iklan menerusi TV1. Dari segi *rating* tontonan, TV3 menduduki tempat pertama berbanding stesen TV *terrestrial* yang lain (Mazni & Rizalawati, 2011). Berdasarkan laporan yang dikeluarkan oleh *World Advertising Research Centre* (2007), TV3 menduduki tempat pertama dari segi *rating* tontonan (31.7%) diikuti TV9 (7.8%) dan TV1 (7.5%) (<http://www.palgrave.com/culturalmedia/balnaves/atlas/Malaysia/ratings.html>). Justeru itu tidak hairanlah sekiranya banyak iklan disajikan di stesen TV ini termasuklah iklan tentang GTP. Advokasi GTP menerusi iklan di TV1 sebaliknya sangat rendah, sungguhpun ia merupakan stesen TV milik kerajaan.

Jadual 3. Kekerapan advokasi GTP-NKRA menerusi iklan di TV1, TV3 dan TV9

Hari Cerapan Dilakukan	Advokasi NKRA Menerusi Iklan																					
	TV1								TV3								TV9					
	N	N	N	N	N	N	N	J	N	N	N	N	N	N	N	J	N	N	N	N	N	N
K	K	K	K	K	K	K	U	K	K	K	K	K	K	K	U	K	K	K	K	K	K	U
R	R	R	R	R	R	R	M	R	R	R	R	R	R	R	M	R	R	R	R	R	R	M
A	A	A	A	A	A	A		A	A	A	A	A	A	A		A	A	A	A	A	A	
1	2	3	4	5	6	7		1	2	3	4	5	6	7		1	2	3	4	5	6	7
Pertama	-	-	-	-	-	-	0	1	-	-	-	-	-	-	1	-	-	-	-	-	-	0
Kedua	-	-	-	-	-	-	0	1	-	-	1	-	-	-	2	2	-	-	-	-	-	2
Ketiga	-	-	-	-	1	-	1	1	-	-	1	-	-	-	2	1	-	-	-	-	-	1
Keempat	-	-	-	-	-	-	0	1	-	-	-	-	-	-	1	1	-	-	-	-	-	1
Kelima	-	-	-	-	-	-	0	1	-	-	-	1	-	-	2	1	-	-	1	-	-	2
Keenam	-	-	-	-	-	-	0	-	-	-	1	-	1	-	2	-	-	-	-	-	-	0
Ketujuh	-	-	-	-	-	-	0	1	-	-	-	1	-	-	1	1	-	-	1	-	-	2
JUMLAH	0	0	0	0	1	0	1	6	0	0	3	2	1	0	12	6	0	0	2	0	0	8

NKRA yang paling banyak diliputi menerusi iklan ialah usaha menangani kos sara hidup yang meningkat. Ini dapat dilihat menerusi TV3 dan TV9, iaitu masing-masing sebanyak enam iklan ke udara ketika waktu puncak. Ini diikuti oleh NKRA mempertingkatkan pencapaian pelajar (masing-masing tiga dan dua iklan melalui TV3 dan TV9) dan dua iklan tentang NKRA mempertingkatkan taraf hidup isi rumah berpendapatan rendah (melalui TV3).

Secara keseluruhan, advokasi tentang ketujuh-tujuh NKRA sama ada menerusi segmen berita ataupun iklan, dibuat dengan lebih menyeluruh di TV3. Sungguhpun NKRA dilaporkan setiap hari di semua stesen TV, namun hanya TV1 dan TV3 membuat liputan bagi ketujuh-tujuh NKRA berbanding TV9 yang hanya membuat liputan bagi NKRA terpilih khususnya jenayah. Namun begitu, advokasi GTP menerusi sisipan iklan lebih kerap disiarkan di TV3 dan TV9 berbanding TV1. Sepanjang tujuh hari cerapan dilakukan, advokasi GTP menerusi sisipan iklan di TV1 boleh dikatakan hampir tiada. Dapatan ini menunjukkan bahawa sungguhpun ketiga-tiga saluran TV yang setiap satunya dimiliki oleh entiti yang berbeza, namun ketiga-tiganya menjalankan fungsi yang sama sebagai media pembangunan, iaitu bertanggungjawab dalam menguar-uarkan dasar kerajaan sekerap yang mungkin supaya diketahui oleh rakyat dan seterusnya sama-sama turut berpartisipasi dan menjayakannya. Sebagai wadah kerajaan, segmen berita menjadi medium penting untuk memberitahu rakyat apa yang sedang, telah dan akan dilakukan oleh kerajaan. Justeru itu TV1 lebih banyak memainkan peranan tersebut. Berbeza dengan TV3

dan TV9, sebagai sebuah entiti swasta yang mementingkan keuntungan, stesen TV ini lebih banyak melakukan advokasi dasar menerusi iklan selain daripada berita.

Tinjauan ke atas media cetak *on-line* pula menunjukkan senario yang sedikit berbeza dengan media elektronik. Merujuk Jadual 4, tiga media cetak *on-line* telah dianalisis, iaitu Utusan On-line, Kosmo On-line dan Keadilan On-line. Perbandingan dibuat ke atas media cetak yang pro kerajaan (Utusan On-line dan Kosmo On-line) dan pro pembangkang (Keadilan On-line). Seperti mana saluran TV kerajaan (TV1), kedua-dua entiti, pro kerajaan dan pro pembangkang ditinjau untuk mengenal pasti sama ada terdapat atau tidak perbezaan dari segi kekerapan advokasi ke atas GTP oleh kedua-dua entiti ini.

Jadual 4. Kekerapan advokasi GTP-NKRA menerusi media cetak on-line

Hari Cerapan Dilakukan	Advokasi Menerusi Utusan On-line								Advokasi Menerusi Kosmo On-line								Advokasi Menerusi Keadilan On-line								
	N	N	N	N	N	N	N	J	N	N	N	N	N	N	N	J	N	N	N	N	N	N	N	N	J
	K	K	K	K	K	K	K	U	K	K	K	K	K	K	K	U	K	K	K	K	K	K	K	K	U
	R	R	R	R	R	R	R	M	R	R	R	R	R	R	R	M	R	R	R	R	R	R	R	R	M
A	A	A	A	A	A	A		A	A	A	A	A	A	A		A	A	A	A	A	A	A	A		
1	2	3	4	5	6	7		1	2	3	4	5	6	7		1	2	3	4	5	6	7			
Pertama	1	3	-	2	-	-	-	6	-	12	-	2	-	-	-	14	1	-	3	1	1	-	-	-	6
Kedua	-	5	-	3	1	2	-	11	-	9	2	1	-	-	-	12	-	-	-	-	-	-	-	-	0
Ketiga	-	3	-	4	-	-	-	7	-	6	-	2	-	-	-	8	-	-	-	-	-	-	-	-	0
Keempat	1	2	1	1	1	2	-	8	-	2	-	-	-	-	-	2	-	-	-	-	-	-	-	-	0
Kelima	-	3	-	3	-	1	-	7	-	12	1	-	-	-	-	13	-	1	1	-	-	-	-	-	2
Keenam	-	5	-	1	-	-	-	6	-	5	2	-	-	-	-	7	-	-	-	-	-	-	-	-	0
Ketujuh	-	4	-	2	-	1	-	7	-	5	2	1	-	-	-	8	-	1	-	-	-	-	-	-	1
JUMLAH	2	25	1	16	2	6	0	52	0	51	7	6	0	0	0	64	1	2	4	1	1	0	0	9	

Kata kunci:

- NKRA1 Menangani Kos Sara Hidup Rakyat
- NKRA2 Mengurangkan Kadar Jenayah
- NKRA3 Membanteras Rasuah
- NKRA4 Mempertingkatkan Pencapaian Pelajar
- NKRA5 Mempertingkatkan Taraf Hidup Isi Rumah Berpendapatan Rendah
- NKRA6 Mempertingkatkan Infrastruktur Asas Luar Bandar
- NKRA7 Mempertingkatkan Pengangkutan Awam di Bandar

Hasil analisis kandungan mendapati, Utusan dan Kosmo On-line banyak melakukan advokasi GTP berbanding Keadilan On-line. NKRA yang paling banyak mendapat liputan oleh kedua-dua media pro kerajaan ini ialah NKRA kedua - mengurangkan kadar jenayah, diikuti oleh NKRA keempat - mempertingkatkan pencapaian pelajar, dan NKRA ketiga – membanteras rasuah. Manakala bagi Keadilan On-line, NKRA yang paling banyak diliputi ialah NKRA ketiga – membanteras rasuah, diikuti NKRA kedua – mengurangkan kadar jenayah. Dari segi kekerapan, liputan tentang GTP oleh Utusan dan Kosmo On-line dalam tempoh tujuh hari pemerhatian adalah sebanyak 52 dan 64 kali. Keadilan On-line pula adalah lebih rendah, iaitu hanya sembilan kali. Media ini juga tidak selalu membuat liputan berbanding Utusan dan Kosmo On-line yang membuat liputan tentang GTP setiap hari. Ini mungkin disebabkan oleh penerbitan akhbar yang terbatas hanya dua kali seminggu. Ia juga mungkin disebabkan oleh kecenderungan pembangkang itu sendiri yang tidak mahu menonjolkan dasar yang difikirkan meningkatkan imej parti lawan. Jika ada pun, ia lebih membicarakan ketidakberkesanan dasar dan impak negatifnya kepada masyarakat. Justeru isu rasuah paling banyak ditonjolkan.

Secara keseluruhan, berdasarkan analisis kandungan, advokasi tentang GTP melalui media elektronik dan media cetak *on-line* khususnya yang pro kerajaan boleh dikatakan berlaku setiap hari. Ini bermakna,

kerajaan telah mengambil inisiatif menguar-uarkan program transformasi tersebut dengan aktif bagi memberi kesedaran, pengetahuan dan memujuk rakyat untuk menerima program GTP ini. Penerimaan rakyat ke atas GTP adalah penting supaya transformasi massa dapat dilakukan bagi mencapai matlamat menjadi negara maju menjelang tahun 2020.

Dari segi teorinya, menurut Hammer (1995) kunci kepada komunikasi bekesan ialah mengawal mesej dengan pelbagai cara dan melalui saluran yang pelbagai. Mesej yang sama mesti disampaikan sebanyak tujuh kali dalam tujuh cara yang berbeza bagi mendapatkan keyakinan individu. Kotter (2005), turut menegaskan bahawa dalam usaha melakukan transformasi, usaha pemujukan perlu dilakukan dengan menggunakan semua saluran komunikasi seperti media cetak, media elektronik dan lain-lain.

Secara purata, berita tentang GTP yang ke udara ketika waktu puncak (7 – 9 malam) dalam tempoh seminggu adalah sebanyak 16 kali sehari. Manakala iklan tentang GTP pula sebanyak tiga kali sehari dalam tempoh yang sama. Jika diambil kenyataan Hammer (1995), iaitu pengulangan mesej perlu dilakukan sebanyak tujuh kali, bermakna advokasi tentang GTP yang dilakukan oleh kerajaan melalui media arus perdana adalah tinggi. Implikasinya, rata-rata rakyat sedar tentang transformasi yang sedang dilaksanakan oleh kerajaan. Bagaimanapun ini tidak bermakna bahawa rakyat faham dengan jelas tentang perubahan dan penambahbaikan yang dilakukan selagi mereka tidak merasai perubahan tersebut. Justeru itu memberi kefahaman adalah penting bagi memastikan penyertaan dan seterusnya penerimaan atau difusi. Bagi menilai sejauh mana penerimaan rakyat ke atas usaha transformasi yang dibuat oleh Barisan Nasional, analisis lanjut seperti yang berikut dilakukan.

Kesedaran, kefahaman dan penerimaan Program Transformasi Kerajaan

Hasil daripada maklum balas rakyat melalui saluran advokasi tertentu seperti media elektronik, media cetak *on-line* dan media sosial, maka kerajaan mengambil inisiatif mengatasi masalah rakyat dengan meningkatkan perkhidmatan tertentu yang dianggap kritikal dan memerlukan pembaikan segera. Peningkatan aliran maklumat dan celik politik dalam kalangan pengundi boleh mendorong kebangkitan rakyat menuntut pembaikan dalam pelbagai bidang termasuk politik kepartian. Bagi mengekang kebangkitan rakyat dan meneruskan penguasaan politik BN, kerajaan perlu mengatasi segala kelemahan pentadbiran yang ada.

Tahap kesedaran

Jadual 5 menunjukkan kesedaran rakyat terhadap inisiatif transformasi ke atas beberapa sektor perkhidmatan awam. Kesedaran terhadap inisiatif transformasi dilihat dalam tiga tahap, iaitu rendah (min = 1 – 2.3), sederhana (min = 2.4 – 4.7) dan tinggi (min = 4.8 – 7). Berdasarkan nilai min yang dipaparkan bagi ketujuh-tujuh NKRA, didapati rata-rata min kesedaran responden berada pada tahap tinggi (min = 4.85). NKRA yang menunjukkan min tahap tinggi adalah usaha mempertingkatkan pencapaian pelajar (min = 5.09), mempertingkatkan kualiti pengangkutan awam (min = 5.07), mempertingkatkan isi rumah berpendapatan rendah (min = 4.94) dan mempertingkatkan infrastruktur asas luar bandar (min = 4.84). Sementara bagi NKRA yang lain, min kesedaran berada pada tahap sederhana. Usaha transformasi yang merekodkan tahap kesedaran rakyat yang tinggi secara urutan adalah pendidikan (min = 5.09) dan pengangkutan awam (min = 5.07). Manakala kesedaran rakyat terhadap inisiatif membanteras rasuah menunjukkan min yang paling rendah (min = 4.54). Hal ini dapat disimpulkan bahawa rakyat mungkin dapat merasai perubahan yang dilakukan ke atas pendidikan dan pengangkutan awam tetapi kurang bagi inisiatif kerajaan membanteras rasuah.

Jadual 5. Kesedaran rakyat terhadap inisiatif transformasi

Bil	Inisiatif Transformasi (NKRA)	N	Min	Sisihan Piawai
1.	Mengurangkan kos sara hidup	451	4.73	1.66
2.	Mengurangkan kadar jenayah	451	4.74	1.72
3.	Membanteras rasuah	450	4.54	1.93
4.	Mempertingkatkan pencapaian pelajar	448	5.09	1.59
5.	Mempertingkatkan taraf hidup isi rumah berpendapatan rendah	451	4.94	1.75
6.	Mempertingkatkan infrastruktur asas luar bandar	451	4.84	1.65
7.	Mempertingkatkan kualiti pengangkutan awam	451	5.07	1.66
Purata min dan sisihan piawai			4.85	1.71

Min; Minimum = 1, Maksimum = 7

Tahap kefahaman

Kefahaman terhadap inisiatif transformasi juga dapat dilihat dalam tiga tahap, iaitu rendah (min = 1 – 2.3), sederhana (min = 2.4 – 4.7) dan tinggi (min = 4.8 – 7) dengan purata keseluruhan min yang agak tinggi. NKRA yang mencatatkan tahap kefahaman yang tinggi adalah mempertingkatkan kualiti pengangkutan awam (min = 5.25), mempertingkatkan pencapaian pelajar (min = 5.04), mempertingkatkan taraf hidup isi rumah berpendapatan rendah (min = 4.98) dan mempertingkatkan infrastruktur asas luar bandar (min = 4.81). Tahap min yang tinggi bagi empat NKRA dalam konteks kefahaman adalah sama dengan empat NKRA dalam konteks kesedaran. NKRA lain mencatatkan nilai min pada tahap sederhana. Butirannya dapat dilihat dalam Jadual 6.

Jadual 6. Kefahaman rakyat terhadap inisiatif transformasi

Bil.	Inisiatif Transformasi (NKRA)	N	Min	Sisihan Piawai
1.	Mengurangkan kos sara hidup	451	4.76	1.62
2.	Mengurangkan kadar jenayah	451	4.76	1.64
3.	Membanteras rasuah	450	4.63	1.85
4.	Mempertingkatkan pencapaian pelajar	449	5.04	1.62
5.	Mempertingkatkan taraf hidup isi rumah berpendapatan rendah	450	4.98	1.71
6.	Mempertingkatkan infrastruktur asas luar bandar	451	4.81	1.68
7.	Mempertingkatkan kualiti pengangkutan awam	451	5.25	1.63
Purata min dan sisihan piawai			4.89	1.68

Min; Minimum = 1, Maksimum = 7

Kefahaman terhadap sesuatu pembaharuan yang dilakukan adalah hasil daripada kesedaran terhadap wujudnya pembaharuan tersebut. Purata min bagi kesedaran pengundi terhadap inisiatif transformasi adalah 4.85, manakala purata min bagi kefahaman terhadap transformasi yang dilaksanakan adalah 4.89. Justeru itu didapati bahawa min kefahaman pengundi terhadap inisiatif transformasi adalah selari dengan min kesedaran pengundi terhadap inisiatif tersebut. Hal ini selaras dengan Teori Difusi Inovasi bahawa sekiranya sesuatu pembaharuan ingin diterima, maka pihak yang melakukan pembaharuan perlu membuat advokasi terhadap pembaharuan yang dilakukan agar rakyat sedar tentang kewujudan pembaharuan tersebut. Apabila wujud kesedaran yang tinggi, maka lebih mudah bagi mereka memahami apa yang dilaksanakan kerajaan. Justeru itu tidak hairanlah jika analisis kajian ini menunjukkan bahawa kesedaran yang tinggi turut melahirkan kefahaman yang tinggi.

Faktor yang mempengaruhi kesedaran dan kefahaman GTP

Menurut Rogers (2003), kefahaman yang tinggi boleh mempengaruhi sikap terhadap inovasi dan mendorong kepada penerimaannya. Selain sikap, Ajzen (1991), menjelaskan bahawa pengaruh

persekitaran juga boleh mendorong tingkah laku seseorang untuk menerima sesuatu perkara. Pengaruh persekitaran boleh dibahagikan kepada dua kategori, iaitu pengaruh interpersonal dan pengaruh luaran. Pengaruh interpersonal ialah pengaruh yang datangnya daripada individu yang terdekat seperti ibubapa, rakan dan jiran. Manakala pengaruh luaran lebih bersifat massa seperti media elektronik, media cetak, dan media sosial.

Jadual 7 menunjukkan pelbagai pengaruh sama ada yang bersifat interpersonal ataupun massa yang menjadi sumber advokasi isi rumah dalam mengetahui dan memahami inisiatif kerajaan terhadap program transformasi yang dijalankan.

Jadual 7. Sumber pengetahuan terhadap inisiatif transformasi

Bil.	Sumber Pengetahuan	Ya		Tidak	
		Frekuensi	Peratus	Frekuensi	Peratus
1.	Televisyen	358	79.4	93	20.6
2.	Radio	181	40.1	270	59.9
3.	Laman web kerajaan	149	33.0	302	67.0
4.	Berita <i>on-line</i>	175	38.9	275	61.1
5.	Media sosial	241	53.6	209	46.4
6.	Surat khabar	292	64.9	158	35.1
7.	Majalah	68	15.1	383	84.9
8.	Rakan/keluarga	154	34.1	297	65.9

Televisyen masih menjadi media advokasi terunggul bagi tujuan menguar-uarkan inisiatif transformasi kerajaan. Hampir 80 peratus responden memilih televisyen sebagai sumber untuk mengetahui dasar kerajaan khususnya inisiatif transformasi yang sedang dilaksanakan. Ini diikuti oleh surat khabar (64.9%) dan media sosial (53.6%). Hal ini jelas menunjukkan bahawa media konvensional masih menjadi pilihan utama rakyat untuk mengetahui dasar-dasar kerajaan. Sungguhpun media sosial merupakan media yang paling popular digunakan, namun media konvensional masih lagi signifikan kepada rakyat. Justeru itu tidak hairanlah jika kerajaan masih menitikberatkan media konvensional untuk tujuan advokasi dasar awam. Ini dapat dilihat menerusi kekerapan berita dan iklan tentang GTP dalam televisyen dan media cetak *on-line* seperti yang telah dibincangkan sebelum ini. Menjelang PRU-13, advokasi tentang GTP atau inisiatif transformasi semakin kerap dilakukan melalui media konvensional, yang menunjukkan tentang kepentingan media tersebut bukan sahaja kepada kerajaan tetapi juga kepada rakyat.

Tahap penerimaan

Matlamat advokasi tentang inisiatif transformasi kerajaan adalah untuk meluaskan tahap penerimaan rakyat terhadap inisiatif tersebut. Bagi menilai tahap penerimaan pengundi, analisis kajian ini membahagikan aspek penerimaan ini kepada tiga, iaitu rendah, sederhana dan tinggi. Skor paling rendah adalah 44 manakala skor paling tinggi adalah 308. Julat skor (skor tertinggi – skor terendah = 88) dibahagikan kepada tiga kategori, iaitu skor 44 – 132 (tahap rendah), skor 133 – 220 (tahap sederhana) dan skor 221 – 308 (tahap tinggi). Secara keseluruhan bilangan responden yang berada pada tahap penerimaan rendah adalah 63, sederhana 316 dan tinggi 72. Ini menunjukkan penerimaan responden terhadap inisiatif transformasi yang dilakukan oleh kerajaan BN adalah pada tahap sederhana. Dengan kata lain, 70 peratus daripada responden menerima GTP secara sederhana, 16 peratus menerimanya pada tahap tinggi, manakala 14 peratus lagi menerimanya pada tahap rendah.

Perbincangan

Analisis kajian ini mendapati bahawa kerajaan begitu giat membuat advokasi GTP khususnya melalui media elektronik dan media cetak. Hasilnya, rata-rata rakyat sedar dan faham akan inisiatif transformasi yang dilaksanakan. Bagaimanapun sebahagian besar daripada rakyat tidak menerima inisiatif ini dengan sepenuh hati. Sejumlah 84 peratus menerimanya pada tahap rendah dan sederhana. Interpretasi yang boleh dibuat di sini ialah kemungkinan rakyat tidak begitu merasakan hasil inisiatif yang dilaksanakan. Berdasarkan Jadual 8, lebih 60 peratus responden menyatakan bahawa mereka tidak mendapat sebarang bantuan GTP. Sungguhpun bantuan persekolahan anak diberi kepada semua keluarga tidak kira tahap pendapatan, namun hampir 85 peratus daripada responden tidak menerima bantuan ini. Bantuan 1Malaysia yang lain juga didapati menunjukkan trend yang sama, iaitu sebahagian besar rakyat tidak menerima bantuan yang disenaraikan.

Jadual 8. Bantuan GTP yang diterima

Bil.	Bantuan GTP	Ya		Tidak	
		Frekuensi	Peratus	Frekuensi	Peratus
1.	Bantuan Rakyat 1Malaysia (BR1M)	167	37.0	284	63.0
2.	Bantuan Persekolahan Anak	68	15.1	383	84.9
3.	Bantuan Baucar Buku (BB1M)	146	32.4	305	67.6
4.	Bantuan Perumahan 1Malaysia (PR1MA)	14	3.1	436	96.7
5.	Bantuan Kad Diskaun 1Malaysia	78	17.3	373	82.7
6.	Bantuan 1Azam	7	1.6	444	98.4
7.	Tiada Sebarang Bantuan	310	68.9	139	30.9

Berdasarkan hasil perbincangan kumpulan fokus ke atas kumpulan pengundi bumiputera, bukan bumiputera dan para pengundi yang cenderung kepada parti pembangkang yang dijalankan oleh penulis, impak yang dirasakan oleh informer khususnya dari segi pembanterasannya rasuah, pengurangan kadar jenayah, peningkatan taraf hidup isi rumah berpendapatan rendah, dan pengurangan kos sara hidup rakyat hanya pada tahap minimum atau hampir tiada impak sama sekali. Bantuan Rakyat 1Malaysia (BR1M) yang dibayar secara *one-off* kepada isi rumah berpendapatan rendah hanya memberi kelegaan jangka pendek. Pengurangan kos sara hidup rakyat, misalnya pemberian perkhidmatan kesihatan percuma melalui Klinik 1 Malaysia (K1M), kurang memberi faedah kerana hanya perkhidmatan kesihatan asas sahaja diberikan, manakala untuk rawatan yang lebih intensif, pesakit perlu mendapatkan perkhidmatan di klinik atau hospital biasa yang masih mengenakan bayaran. Justeru itu informer berpendapat, cara bagi mengurangkan kos sara hidup rakyat dengan lebih berkesan ialah dengan menurunkan kos kemudahan asas, iaitu harga petrol, bil utiliti seperti elektrik, air dan telefon, pendidikan, kesihatan dan perumahan.

Dapatan kajian ini menunjukkan bahawa inisiatif transformasi yang dilakukan oleh kerajaan belum mampu memberi kepuasan kepada rakyat. Sungguhpun sebahagian besar responden (67%) berpendapatan RM4,000 ke bawah, namun hampir 70 peratus responden tidak menerima sebarang bantuan 1Malaysia. Walaupun pada dasarnya mereka yang berpendapatan rendah dikatakan lebih banyak menikmati faedah bantuan yang diberikan, namun hal ini tidak berlaku dalam kalangan isi rumah yang berpendapatan rendah yang tinggal di bandar khususnya di Lembah Klang. Justeru itu tidak hairanlah jika BN semakin kehilangan undi popular di kawasan bandar (khususnya selepas PRU-13 berbanding PRU-12). Kerajaan BN harus memikirkan cara bagaimana untuk menarik kembali undi popular isi rumah bandar sebagai satu langkah yang mungkin boleh membantu memenangi semula dua pertiga kerusi parlimen pada masa akan datang.

Kesimpulan

Artikel ini membincangkan advokasi, kesedaran, kefahaman dan penerimaan inisiatif transformasi yang dilaksanakan oleh kerajaan melalui program GTP. Teori Difusi Inovasi Rogers menerangkan bahawa sebelum sesuatu inovasi diterima, beberapa proses yang berkiatan dengannya perlu dilihat. Pada peringkat awal proses tersebut, inisiatif dan usaha dilakukan untuk meningkatkan pengetahuan. Pengetahuan adalah penting bagi memberi kesedaran kepada orang ramai tentang inovasi yang sedang dilaksanakan oleh kerajaan. Ini diikuti oleh pembujukan supaya orang ramai memahami apa yang sedang dilaksanakan. Justeru itu advokasi menerusi media adalah penting pada peringkat pengetahuan dan pembujukan. Analisis kandungan telah dapat mengenal pasti kekerapan advokasi yang dilakukan kerajaan. Umumnya, kekerapan advokasi tentang GTP dan NKRA melalui media khususnya media arus perdana adalah tinggi. Hasilnya, melalui survei rata-rata informer/responden sedar dan faham akan program GTP. Bagaimanapun penerimaan mereka ke atas program ini hanya pada tahap sederhana sahaja. Hal ini selari dengan dapatan perbincangan kumpulan fokus di mana kebanyakannya menyatakan GTP tidak memberi impak yang nyata. Impak keseluruhannya hanyalah pada tahap minimum sahaja.

Penghargaan

Kajian ini telah dibiayai oleh Kementerian Pelajaran Tinggi Malaysia (KPTM) di bawah kod FRGS/1/2011/SS/UKM/03/8. Penghargaan turut diberi kepada dana penyelidikan DPP-2013-189 Pilihan Raya Umum ke-13: Politik Lama vs. Politik Baru.

Rujukan

- Ajzen I (1991) The theory of planned behavior. *Organizational behavior and human decision processes*. 50 (2), 179-211.
- Bernama. [cited 20 June 2013]. Available from: <http://www.bernama.com/bernama/v7/ge/newsgeneral.php?id=1037906>.
- Che Su Mustaffa, Wan Abdul Rahman Khudzri Wan Abdullah, Rohani Abd Ghani (2006) *Koleksi rencana: Kepelbagaian isu dalam pentadbiran dan pembangunan di Malaysia*. Penerbit Universiti Utara Malaysia, Sintok.
- Gefen D, Pavlou PA, Warkentin M, Rose GM (2002) E-government adoption. *Proceedings of the Eighth Americas Conference on Information Systems*. pp. 569-576.
- Hammer M, Stanton SA (1995) *The reengineering revolution: A handbook*. Harper Collins Publishers Inc., New York.
- Hsu Tsuen-Ho, Wang Yi-Sheng, Wen Su-Chan (2006) Using the decomposed theory of planned behavior to analyse consumer behavioral intention towards mobile text message coupons. *Journal of Targeting, Measurement & Analysis for Marketing* 14 (4), 309-324.
- Hung Shin Yuan, Chang Chia Ming, Yu Ting Jing (2005) Determinants of user acceptance of the e-government services: The case of online tax filing and payment system. *Government Information Quarterly* 23 (1), 97-122.
- Inisiatif 1Malaysia [cited 20 June 2013]. Available from: <http://www.1malaysia.com.my/my-record>.
- Kotter JP (2005) Leading change: Why transformation efforts fail. *Harvard Business Review* 73, 59-67.
- Laporan Tahunan GTP* (2010) Unit Pengurusan Prestasi dan Pelaksanaan (PEMANDU), Jabatan Perdana Menteri, Putrajaya.
- Laporan Tahunan GTP* (2011) Unit Pengurusan Prestasi dan Pelaksanaan (PEMANDU), Jabatan Perdana Menteri, Putrajaya.

- Latifah Amin, Jamaluddin Md Jahi (2005) Faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan bioteknologi oleh masyarakat Malaysia. *Jurnal Pengajian Umum Asia Tenggara* 6 (3), 49-58.
- Mazni Buyong, Rizalawati Ismail. Islamic programs in Malaysian free-to-air television channels.[cited 21 June 2013]. Available from: http://irep.iium.edu.my/7554/2/Islamic_Program_in_Malaysian_TV.pdf.
- Miller K (2005) *Communication theories; Perspectives, processes and contexts*. 2nd Edition. Mc Graw Hill, Boston.
- Media theories and approaches: A global perspectives. [cited 20 June 2013]. Available from: <http://www.palgrave.com/culturalmedia/balnaves/atlas/Malaysia/ratings.html>.
- Nurhafizah Tan (2013) Ubah negara menjadi negara yang bebas rasuah. *Akses Malaysia* (Nov), 45-49.
- Pierre-Gagnon M, Godin G, Gagne C, Fortin J, Lamothe L, Rienharz D, Cloutier A (2003) An adaptation of the theory of interpersonal behaviour to the study of telemedicine adoption by physicians. *International Journal of Medical Informatics* 71(2-3), 103-115.
- Rogers E (2003) *Diffusion of innovations*. 5th edition. Free Press, New York.
- Rubiah Omar, Jamilah Hj Ahmad (2009) Kesedaran, penilaian dan penerimaan e-pembelajaran dalam kalangan ahli akademik. *Jurnal Pendidikan Malaysia* 34 (1), 155-172.
- Schaper LK, Pervan GP (2007) ICT and OTs: A model of information and communication technology acceptance and utilisation by occupational therapists. *International Journal of Medical Informatics* 76, 212-221
- Yahaya Ibrahim (2009) *Komuniti pembangunan dan transformasi*. Penerbit Universiti Kebangsaan Malaysia, Bangi.
- Zulridah Mohd Noor, Hasmiah Kasimin, Aini Aman (2010) *Penggunaan perkhidmatan e-kerajaan elx: Hubungan keyakinan, inovasi dan penerimaan*. Penerbit Universiti Kebangsaan Malaysia, Bangi.