

Strategi Mesej dalam Poster Kempen Diabetes Kementerian Kesihatan Malaysia

NURUL ASYIQIN AB RASHID
SHAMSI AH ABD KADIR
Universiti Kebangsaan Malaysia

ABSTRAK

Kajian tentang aplikasi media dan komunikasi sebagai intervensi pencegahan dalam kempen kesedaran kesihatan menjadi punca kurangnya tahap kesedaran dalam diri masyarakat berkaitan dengan masalah diabetes. Salah satu faktor yang menyebabkan perkara ini berlaku adalah kerana kurangnya hebahan berkaitan bahaya diabetes kepada masyarakat umum. Sebagai contoh, poster yang dipaparkan oleh Kementerian Kesihatan Malaysia (KKM) juga mempunyai gaya penyampaian mesej yang kurang strategik untuk menarik minat orang ramai dalam melakukan perubahan tingkah laku kesihatan. Oleh itu, kajian ini telah mengenal pasti tahap keterlibatan khalayak dan strategi mesej kesihatan dalam kempen poster diabetes oleh KKM, serta menganalisis bentuk penggunaan imej dan strategi mesej kesihatan dalam kempen poster tersebut. Kajian ini bersandarkan kepada teori *Extended Parallel Process Model* (EPPM) yang mempunyai empat elemen strategi mesej, iaitu “seruan untuk bertindak”, “mengajar tentang solusi”, “mengajar tentang risiko” dan “mengajar tentang solusi dan risiko”. Kaedah analisis kandungan kuantitatif dilakukan ke atas 83 poster kempen diabetes, dari tahun 2014 hingga 2022. Hasil kajian menunjukkan bahawa tahap keterlibatan khalayak menunjukkan respon positif iaitu sebanyak 45,316 respons. Seterusnya, strategi mesej “mengajar tentang solusi” dan “mengajar tentang risiko” paling banyak digunakan dalam poster kempen diabetes, iaitu sebanyak 45.8% dan 38.6%. Strategi imej “mengajar tentang risiko” dan “mengajar tentang solusi” pula merupakan strategi imej yang mempunyai kekerapan tertinggi iaitu sebanyak 36.1% dan 28.9%. Hasil kajian ini boleh digunakan sebagai rujukan kepada penyelidik akan datang dan pihak kerajaan dalam mengubah tingkah laku masyarakat terhadap bahaya diabetes.

Kata kunci: *Diabetes Mellitus, kesedaran kesihatan, kempen poster, strategi mesej, perubahan tingkah laku.*

Message Strategy in the Diabetes Campaign Poster of the Ministry of Health Malaysia

ABSTRACT

The lack of research on media and communications as preventive interventions in health awareness are among the causes of lack of awareness in the community related to diabetes. Some factors that led to this were due to the lack of intervention regarding the dangers of diabetes to the public and the poster campaign obtainable by the Ministry of Health Malaysia (MOH) has less strategic message in spreading the information to attract the public to change their health behaviour. For instance, the poster presented by the Ministry of Health Malaysia (MoH) has a less strategic message in spreading the information to attract the public to change their health behaviour. Therefore, this study has identified the level of audience engagement and health message strategies in the diabetes poster campaign by the MOH, as well as analysing the form of image and health message strategy used in the poster campaign. This study also analysed the used of images and health message strategies in that poster campaign using the *Extended Parallel Process Model* (EPPM) theory, which has four elements

of message strategies, such as “call to action”, “educates about solution”, “educates about risk” and “educates about solution and risk”. Thus, the quantitative content analysis method was analysed on 83 posters of diabetes campaigns, from 2014 to 2022. The result shows that the level of audience engagement indicates a positive response, with a total of 45,316 responses. Both “educates about solution” and “educates about risk” strategies were the most common strategies applied in the diabetes poster campaign, with a total of 45.8% and 38.6%, respectively. Moreover, the strategies in the image of “educates about risk” and “educates about solution” indicate the higher frequency, 36.1% and 28.9%. The outcomes of this study can be utilised as a reference for future research, as well as to the government in changing the behaviour of the public towards the dangers of diabetes.

Keywords: *Diabetes Mellitus, health awareness, poster campaign, message strategies, behavioural change.*

PENDAHULUAN

Saban tahun, penyakit diabetes menunjukkan kadar peningkatan yang ketara dalam kalangan rakyat Malaysia. Menurut Tinjauan Kebangsaan Kesihatan dan Morbiditi (NHMS) pada tahun 2019, kira-kira 3.9 juta orang yang berumur 18 tahun ke atas di Malaysia menghidapi diabetes dan hampir separuh daripadanya tidak menyedari status penyakit mereka (BERNAMA, 2022). Menurut mantan Ketua Pengarah Kesihatan Malaysia, Kementerian Kesihatan Malaysia (KKM), Tan Sri Dato’ Seri Noor Hisham Abdullah, setakat tahun 2021, seramai 537 juta orang dewasa yang berumur 20 hingga 79 tahun telah menghidap diabetes (MalaysiaGazette, 2022). Menurut Hazira (2022), Malaysia mempunyai jumlah penghidap penyakit kencing manis atau diabetes yang tertinggi di Asia dan kedua tertinggi di dunia selepas Arab Saudi.

Kebanyakan video, poster dan risalah yang dihasilkan oleh pihak kerajaan tidak banyak yang memfokuskan kepada bahaya, kesedaran, cara pencegahan dan cara merawat penyakit diabetes (Abdullah, 2021). Menurut Jamri et al. (2017), salah satu usaha komunikasi kesihatan di Malaysia adalah dengan menggunakan kempen melalui media. Walau bagaimanapun, kajian tentang konteks dan penggunaan media dan komunikasi sebagai intervensi pencegahan terhadap kempen kesedaran kesihatan awam di Malaysia masih tidak mencukupi dan memerlukan penyelidikan lanjut (Jamri et al., 2017). Walaupun terdapat poster hebahan yang disebarkan kepada masyarakat di laman sesawang KKM, namun jumlah kes masih berada pada kadar yang tinggi. Pelbagai tema yang dibawakan pihak kerajaan Malaysia pada setiap tahun bagi menyedarkan masyarakat bahawa diabetes merupakan salah satu penyakit yang sangat kronik dan berbahaya, serta boleh menyebabkan kematian (Jamri et al., 2017).

Hampir setiap tahun, satu juta rakyat Malaysia jatuh sakit, sama ada yang menghidap darah tinggi, kolestrol, diabetes atau pelbagai penyakit lain (BERNAMA, 2022). Oleh itu, dapat dilihat di sini bahawa angka pesakit yang menghidap penyakit kronik seperti diabetes masih tidak berkurangan, malah semakin bertambah menjelang tahun-tahun ke hadapan. Menurut Prof. Dr. Norlaila Mustafa, Timbalan Dekan, Fakulti Perubatan Hospital Canselor Tunku Mukhriz, sebahagian besar rakyat Malaysia sedar dan tahu faktor penyebab diabetes, namun tidak mengangapnya satu perkara yang serius (Abdullah, 2021).

Menurut Mohamad dan Veng Kie (2019), kurangnya kajian tentang konteks dan aplikasi media dan komunikasi sebagai intervensi pencegahan dalam kempen kesedaran kesihatan awam di Malaysia menjadi kebimbangan. Sebagai contoh, media sosial dan laman sesawang KKM didapati kurang informasi dan hantaran (*posting*) yang berkaitan dengan penyakit ini. Tiada kajian lepas yang mengkaji tentang strategi mesej kesihatan di dalam poster kempen diabetes, khususnya poster kempen yang dikeluarkan oleh KKM. Selain itu, kajian ini juga mendapati bahawa strategi mesej yang digunapakai dalam penyampaian

informasi melalui poster oleh pihak kerajaan, khususnya KKM, didapati kurang berkesan untuk menarik minat masyarakat dalam mengamalkan gaya hidup sihat. Mesej yang tidak mampu untuk mengubah tingkah laku masyarakat telah menyebabkan kadar kes penyakit diabetes kekal meningkat saban tahun. Pernyataan ini disokong oleh Rosli (2016), yang menyatakan bahawa walaupun usaha penyaluran maklumat yang signifikan telah dilakukan, keberkesanan untuk mencapai khalayak sasaran sering dipersoalkan apabila terdapat orang ramai yang masih belum mengubah pemikirannya. Oleh hal yang demikian, kajian penyelidikan yang lebih mendalam terhadap penggunaan strategi mesej yang berkesan perlu dijalankan untuk menangani keterbatasan ini.

Justeru, dengan mengadaptasi strategi mesej dalam Model Proses Selari Dilanjutkan atau *Extended Parallel Process Model* (EPPM), dan analisis kandungan kuantitatif, kajian ini bertujuan mengenalpasti strategi mesej yang dipaparkan dalam poster kempen diabetes, tahap keterlibatan khalayak, dan bentuk penggunaan imej dan strategi mesej kesihatan yang digunakan oleh KKM.

SOROTAN LITERATUR

Kempen Kesihatan oleh Media

Bakar et al. (2021) menyatakan bahawa terdapat banyak kempen yang dijalankan dalam media arus perdana di Malaysia, termasuk televisyen, akhbar dan radio, serta kempen di media sosial. Selain itu, pendidikan kesihatan melalui media massa, risalah dan poster, juga akan membantu dalam menjalankan kempen kesihatan awam (Srinivasan et al., 2017). Menurut Srinivasan et al. (2017), terdapat perbezaan antara pengetahuan dan kesedaran tentang diabetes. Kesedaran tentang penyakit adalah penting, malah pengetahuan yang baik berkaitan sesebuah penyakit, seperti diabetes, adalah lebih penting dalam mempengaruhi tingkah laku dan amalan.

Kajian tentang konteks penggunaan media dan komunikasi sebagai intervensi pencegahan terhadap kempen kesedaran kesihatan awam di Malaysia masih terhad dan tidak mencukupi serta memerlukan penyelidikan tambahan (Jamri et al., 2017). Oleh itu, Jamri et al. (2017) mendapati bahawa kempen kesihatan sebaiknya dijalankan melalui media sosial. Hal ini kerana demografi pengguna media sosial yang besar ini boleh menjadi sasaran untuk meningkatkan kesedaran diri dalam konteks kesihatan, seterusnya dapat mengubah tingkah laku seseorang individu (Kurniawati, 2022).

Menurut hasil kajian Radiah dan Nur Masturina (2022), kempen kesihatan perlu untuk memaklumkan dan menyedarkan orang ramai tentang bahaya kanser *kolorektal* daripada *diabetes mellitus*, memandangkan tahap pengetahuan dan kesedaran tentang *diabetes mellitus* dalam kalangan sampel kajian adalah rendah. Oleh itu, kajian ini berpendapat bahawa, kempen yang dijalankan dapat menyebarkan pengetahuan dan kesedaran tentang masalah tersebut dan menggalakkan orang ramai mengelakkan faktor risiko diabetes yang boleh diubah suai, yang juga boleh mengurangkan risiko mereka untuk mendapat kanser.

Kempen Poster

Menurut Saleh et al. (2013), kempen berbentuk poster boleh dipersembahkan secara langsung atau sendiri, sebagai alat untuk pengajaran dan penyebaran maklumat. Sebagai contoh, poster banyak digunakan untuk menggalakkan interaksi dan pembelajaran pelajar dalam pendidikan pasca menengah (Newsom et al., 2021). Selain itu, penyampaian poster

juga merupakan salah satu medium yang boleh digunakan untuk menghantar mesej kepada pihak lain (Md Idris et al., 2021).

Terdapat beberapa faktor yang menjadi tumpuan penting seseorang pereka dalam pembikinan poster. Poster tersebut haruslah dihasilkan dengan betul dan tepat bagi menarik perhatian dan mampu untuk berinteraksi (Utoyo, 2020). Menurut Utoyo (2020), reka bentuk poster mesti mematuhi enam piawaian reka bentuk, termasuklah penggunaan huruf, warna, tajuk, saiz dan ruang kosong, saiz poster dan grafik. Penggunaan visual dalam infografik, seperti gambar, teks, ilustrasi dan rajah tersusun, mempunyai pelbagai kesan kepada orang yang melihatnya (Sharudin et al., 2020).

Apabila mendapat pendidikan dan informasi yang tepat untuk meningkatkan kesedaran, penggunaan imej akan lebih memberi manfaat dan membantu pengguna memahami sesuatu subjek dengan lebih cepat dan ringkas (Norasikin & Zawawi, 2005; Sharudin et al., 2020). Hal ini kerana, kemasukan komponen visual menjadikan persembahan lebih menarik dan memudahkan proses komunikasi yang penting (Sharudin et al., 2020). Oleh itu, kajian ini menggunakan model EPPM untuk melihat respons masyarakat terhadap strategi mesej yang disampaikan dalam poster kempen diabetes terbitan KKM.

Penyakit Diabetes di Malaysia

Pada abad ke-20, *Non-Communicable Disease* (NCD) atau penyakit tidak berjangkit, telah berkembang dan mengawal landskap epidemiologi akibat revolusi perindustrian yang berturut-turut dan telah mengganggu populasi penuaan di seluruh dunia (Jakovljevic et al., 2019). Jika dibandingkan dengan masalah pada masa lalu, banyak patologi, terutamanya penyakit kardiovaskular, diabetes dan paru-paru yang menunjukkan 'lalu' klinikal yang berbeza. Penyakit tidak berjangkit atau NCD merupakan penyakit seumur hidup yang umumnya tidak boleh diubati dan bukannya penyakit ringkas (Jakovljevic et al., 2019).

Diabetes merupakan satu-satunya penyakit tidak berjangkit yang serius, yang mana risiko untuk mati sewaktu usia muda semakin meningkat (Kenny, 2021). Menurut Kenny (2021), antara punca lain disebabkan oleh kekurangan pengetahuan tentang penjagaan kesihatan. Mafauzy (2005) mendapati bahawa pesakit diabetes yang memilih untuk mengunjungi klinik untuk mendapatkan ubat diabetes, kebanyakan daripada mereka berada dalam kalangan individu yang tidak memiliki pengetahuan dan kemahiran yang diperlukan untuk rawatan diabetes.

Model Proses Selari Dilanjutkan (Extended Parallel Process Model - EPPM)

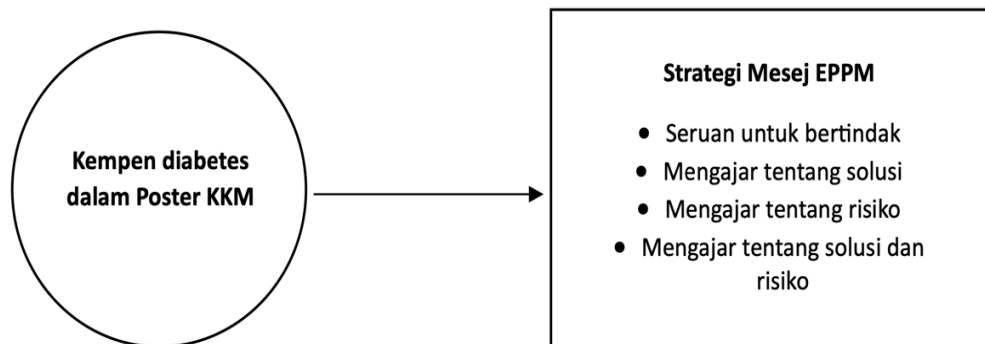
Dalam kajian ini, pengkaji mengadaptasi Model Proses Selari Dilanjutkan (*Extended Parallel Process Model - EPPM*) untuk menentukan sama ada individu yang melihat sesebuah poster itu berupaya untuk mengubah tingkah laku mereka, menerusi strategi mesej yang bersesuaian, yang terdapat di dalam model tersebut. Menurut Worthington (2021), tingkah laku seseorang boleh diubah dengan mengubah persepsi mereka tentang bahaya dan keberkesanan berdasarkan model EPPM. Model EPPM merupakan satu idea asas yang dinilai dan digunakan untuk menerangkan cara kognisi yang munasabah dan tindak balas emosi, yang menyumbang kepada pembuatan keputusan yang koheren mengenai tindakan yang paling sesuai (Tsoy et al., 2022).

Menurut Tsoy et al. (2022), disebabkan oleh kesahihan yang disokong oleh beberapa kempen amaran, termasuklah kempen kanser, merokok dan HIV, ia merupakan salah satu model yang paling kerap diterima untuk kajian berkaitan kesihatan. Menurut Yoon et al. (2022), EPPM merupakan model dalam sains psikososial dan tingkah laku yang menerangkan

bila dan mengapa seseorang individu untuk mengikuti cadangan kesihatan yang disarankan. Menurut mereka, EPPM direka bentuk untuk meningkatkan komunikasi persuasif, tetapi ianya juga boleh digunakan untuk meningkatkan komunikasi risiko kesihatan dalam konteks lain, seperti hubungan antara deria keberkesanan seseorang dalam menangani mekanisme, dan tahap ketakutan terhadap mesej kesihatan atau keadaan risiko kesihatan. Hal ini merupakan cara bagaimana EPPM mentakrifkan proses perubahan tingkah laku (Yoon et al., 2022).

Menurut Worthington (2021), mesej yang menggunakan unsur ketakutan kebiasaannya tidak memberi kesan kepada khalayak kerana apabila seseorang itu tidak percaya atau merasakan bahawa sesuatu ancaman itu teruk dan mereka tidak terdedah kepada ancaman tersebut, maka mereka akan menolak mesej tersebut. Berdasarkan kajian daripada Yoon et al. (2022), bagi membantu pencegahan jangkitan melalui strategi penjarakan sosial, maklumat yang jelas dan mudah difahami perlu diberikan penekanan, tentang sesuatu perkara yang perlu dilakukan secara berulang kali.

Rajah 1 menunjukkan kerangka kajian bagi strategi mesej dalam poster kempen diabetes di Malaysia. Pemboleh ubah bebas atau tidak bersandar adalah kempen diabetes dalam poster KKM, manakala pemboleh ubah bersandar adalah empat strategi mesej yang terdapat di dalam model EPPM.



Rajah 1: Kerangka kajian strategi mesej dalam poster diabetes KKM

METODOLOGI

Reka bentuk kajian adalah penting bagi memastikan matlamat kajian tercapai dan persoalan kajian dapat ditangani dengan memuaskan. Oleh hal yang demikian, kajian yang dijalankan ini adalah bertujuan untuk melihat strategi mesej yang dipaparkan dalam poster kempen diabetes yang digunapakai oleh KKM, dalam menangani isu peningkatan diabetes di Malaysia.

Dalam kajian ini, pengkaji menggunakan kaedah analisis kandungan kuantitatif ke atas 130 poster diabetes KKM, yang melibatkan tiga proses fasa kajian, iaitu 'Fasa 1: Pengenalpastian tahap keterlibatan khalayak terhadap poster diabetes KKM', 'Fasa 2: Pengenalpastian strategi mesej kesihatan dalam kempen poster diabetes KKM', dan 'Fasa 3: Analisis bentuk penggunaan imej dan strategi mesej kesihatan dalam kempen poster diabetes KKM'. Sebelum memasuki proses fasa kajian tersebut, kajian ini akan menerangkan beberapa sub-topik yang terlibat, bagi mencapai objektif kajian yang telah ditetapkan.

Persampelan Kajian

Kajian ini menggunakan persampelan bertujuan, yang juga dikenali sebagai penilaian atau persampelan terpilih, sering digunakan dalam penyelidikan kualitatif, yang mana matlamatnya adalah untuk mendapatkan pemahaman yang menyeluruh tentang fenomena tertentu. Oleh itu, penyelidik memfokuskan poster digital kempen diabetes berbentuk digital, yang telah dipaparkan oleh KKM di laman Facebook Rasmi KKM, Facebook Nutritionist KKM, serta laman sesawang infosihat.gov.my. Sebanyak 130 poster yang dikumpulkan daripada ketiga-tiga medium tersebut, dari tahun 2014 sehingga 2022. Dalam kajian, pengkaji menganalisis kandungan daripada poster yang dipilih, dan menjalankan analisis berdasarkan model EPPM bagi mengenalpasti strategi mesej yang digunakan dalam setiap poster, yang telah disebar kepada khalayak ramai.

Buku Kod

Dalam kajian ini, pengkaji telah membina buku kod, yang merupakan salah satu instrumen yang penting untuk memastikan data penyelidikan terbuka, boleh diulang dan mudah untuk difahami oleh penyelidik. Apabila menganalisis data, buku kod yang direka dengan baik boleh mempercepatkan proses, mengurangkan ralat dan meningkatkan kemungkinan hasil yang tepat dan boleh dipercayai. Dalam buku kod yang dibina, ianya merangkumi beberapa elemen seperti senarai kod, takrifan kod dan arahan pengekodan.

Borang Kodan

Dalam penyelidikan kualitatif, helaian pengekodan atau lebih mudah dikenali sebagai borang kodan merupakan alat yang penting, kerana ianya boleh memastikan prosedur pengekodan teratur, seragam dan terbuka. Oleh itu, kajian ini telah membina borang kodan sebagai fungsi helaian pengekodan untuk menawarkan set kod dan definisi seragam yang boleh digunakan untuk menilai dan mentafsir data. Selain itu, ia memberikan kemudahan kepada jurukod dan penyelidik untuk menjalankan proses menganalisis serta menerangkan data. Rajah 2 menunjukkan contoh sebahagian daripada Borang Kodan yang digunakan dalam kajian ini.

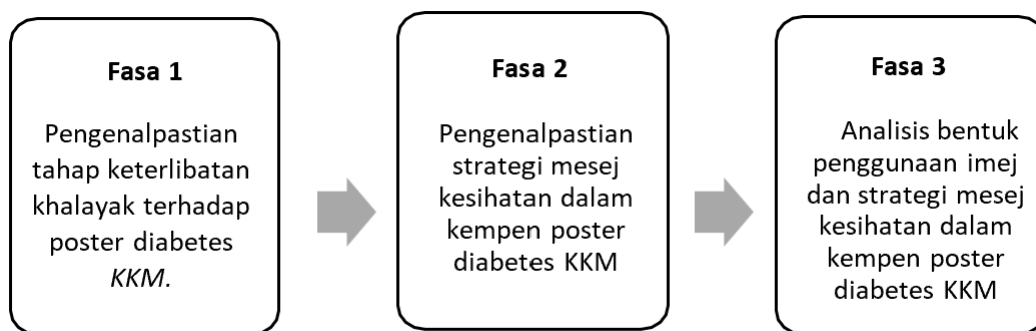
BORANG KODAN

BAHAGIAN I : MAKLUMAT AM POSTER DIGITAL		BAHAGIAN II: CIRI-CIRI POSTER DIGITAL																																																																																									
Q01 ID JURUKOD <input style="width: 80%;" type="text"/>	Q02 ID POSTER <input style="width: 80%;" type="text"/>	Q09 GAYA PENYAMPAIAN MESEJ <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr><td>1</td><td>Tidak Dapat Ditentukan</td></tr> <tr><td>2</td><td>Penguasaan Imej</td></tr> <tr><td>3</td><td>Penguasaan Teks</td></tr> <tr><td>4</td><td>Seimbang antara Teks dan Imej</td></tr> </table>	1	Tidak Dapat Ditentukan	2	Penguasaan Imej	3	Penguasaan Teks	4	Seimbang antara Teks dan Imej	Q10 JENIS IMEJ <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr><td>1</td><td>Foto</td></tr> <tr><td>2</td><td>Ilustrasi</td></tr> <tr><td>3</td><td>Lukisan</td></tr> <tr><td>4</td><td>Grafik</td></tr> </table>	1	Foto	2	Ilustrasi	3	Lukisan	4	Grafik																																																																								
1	Tidak Dapat Ditentukan																																																																																										
2	Penguasaan Imej																																																																																										
3	Penguasaan Teks																																																																																										
4	Seimbang antara Teks dan Imej																																																																																										
1	Foto																																																																																										
2	Ilustrasi																																																																																										
3	Lukisan																																																																																										
4	Grafik																																																																																										
Q03 JENIS PLATFORM <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr><td>1</td><td>Laman Web Infosihat</td></tr> <tr><td>2</td><td>Facebook KKM</td></tr> <tr><td>3</td><td>Facebook Nutritionist</td></tr> </table>	1	Laman Web Infosihat	2	Facebook KKM	3	Facebook Nutritionist	Q04 TARIKH POSTER <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr><td>Q04a</td><td>Tahun</td></tr> <tr><td>Q04b</td><td>Bulan</td></tr> <tr><td>Q04c</td><td>Hari</td></tr> </table>	Q04a	Tahun	Q04b	Bulan	Q04c	Hari	BAHAGIAN III: STRATEGI MESEJ KESIHATAN																																																																													
1	Laman Web Infosihat																																																																																										
2	Facebook KKM																																																																																										
3	Facebook Nutritionist																																																																																										
Q04a	Tahun																																																																																										
Q04b	Bulan																																																																																										
Q04c	Hari																																																																																										
Q05 PANJANG IKLAN (Bilangan poster dalam satu halaman) <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr><td>1</td><td>1 poster</td></tr> <tr><td>2</td><td>2 poster</td></tr> <tr><td>3</td><td>3 poster</td></tr> <tr><td>4</td><td>4 poster</td></tr> <tr><td>5</td><td>Lebih dari 5 poster</td></tr> </table>	1	1 poster	2	2 poster	3	3 poster	4	4 poster	5	Lebih dari 5 poster	Q06 CARA MUAT NAIK POSTER <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr><td>1</td><td>Poster Tanpa Kapsyen</td></tr> <tr><td>2</td><td>Poster Dengan Kapsyen</td></tr> </table>	1	Poster Tanpa Kapsyen	2	Poster Dengan Kapsyen	Q11 MESEJ UTAMA <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr><td>1</td><td>Seruan untuk bertindak</td></tr> <tr><td>2</td><td>Mengajar tentang solusi</td></tr> <tr><td>3</td><td>Mengajar tentang risiko</td></tr> <tr><td>4</td><td>Mengajar tentang solusi dan risiko</td></tr> <tr><td>5</td><td>Lain-lain, nyatakan _____</td></tr> </table>	1	Seruan untuk bertindak	2	Mengajar tentang solusi	3	Mengajar tentang risiko	4	Mengajar tentang solusi dan risiko	5	Lain-lain, nyatakan _____	Q12 MESEJ SAMPINGAN <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr><td>1</td><td>Seruan untuk bertindak</td></tr> <tr><td>2</td><td>Mengajar tentang solusi</td></tr> <tr><td>3</td><td>Mengajar tentang risiko</td></tr> <tr><td>4</td><td>Mengajar tentang solusi dan risiko</td></tr> <tr><td>5</td><td>Lain-lain, nyatakan _____</td></tr> </table>	1	Seruan untuk bertindak	2	Mengajar tentang solusi	3	Mengajar tentang risiko	4	Mengajar tentang solusi dan risiko	5	Lain-lain, nyatakan _____																																																						
1	1 poster																																																																																										
2	2 poster																																																																																										
3	3 poster																																																																																										
4	4 poster																																																																																										
5	Lebih dari 5 poster																																																																																										
1	Poster Tanpa Kapsyen																																																																																										
2	Poster Dengan Kapsyen																																																																																										
1	Seruan untuk bertindak																																																																																										
2	Mengajar tentang solusi																																																																																										
3	Mengajar tentang risiko																																																																																										
4	Mengajar tentang solusi dan risiko																																																																																										
5	Lain-lain, nyatakan _____																																																																																										
1	Seruan untuk bertindak																																																																																										
2	Mengajar tentang solusi																																																																																										
3	Mengajar tentang risiko																																																																																										
4	Mengajar tentang solusi dan risiko																																																																																										
5	Lain-lain, nyatakan _____																																																																																										
Q07 MESEJ UTAMA POSTER DIGITAL <input style="width: 80%;" type="text"/> Tiada Kepastian (Apabila Tiada Mesej Utama dalam Poster Digital) Sila tuliskan mesej utama di dalam kotak yang disediakan: <div style="border: 1px solid black; height: 40px; width: 100%;"></div>	Q08 KETERLIBATAN KHALAYAK <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr><td>Q08a</td><td>Respon Positif</td></tr> <tr><td>Q08b</td><td>Respon Negatif</td></tr> <tr><td>Q08c</td><td>Perkongsian</td></tr> <tr><td>Q08c</td><td>Komen</td></tr> </table>	Q08a	Respon Positif	Q08b	Respon Negatif	Q08c	Perkongsian	Q08c	Komen	Q13 KATEGORI MESEJ UTAMA <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr><td>1</td><td>Gaya hidup sihat</td><td>11</td><td>Pendidikan</td></tr> <tr><td>2</td><td>Pemeriksaan kesihatan</td><td>12</td><td>Uia</td></tr> <tr><td>3</td><td>Rawatan kesihatan</td><td>13</td><td>Wanita</td></tr> <tr><td>4</td><td>Aktiviti fizikal</td><td>14</td><td>Kawalan Kendiri</td></tr> <tr><td>5</td><td>Pengambilan gula</td><td>15</td><td>Keluarga</td></tr> <tr><td>6</td><td>Jenis makanan</td><td>16</td><td>Organ</td></tr> <tr><td>7</td><td>BMI</td><td></td><td></td></tr> <tr><td>8</td><td>Berat badan</td><td></td><td></td></tr> <tr><td>9</td><td>Penyakit tidak berjangkit (NCD)</td><td></td><td></td></tr> <tr><td>10</td><td>Symptom Diabetes</td><td></td><td></td></tr> </table>	1	Gaya hidup sihat	11	Pendidikan	2	Pemeriksaan kesihatan	12	Uia	3	Rawatan kesihatan	13	Wanita	4	Aktiviti fizikal	14	Kawalan Kendiri	5	Pengambilan gula	15	Keluarga	6	Jenis makanan	16	Organ	7	BMI			8	Berat badan			9	Penyakit tidak berjangkit (NCD)			10	Symptom Diabetes			Q14 KATEGORI MESEJ SAMPINGAN <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr><td>1</td><td>Gaya hidup sihat</td><td>11</td><td>Pendidikan</td></tr> <tr><td>2</td><td>Pemeriksaan kesihatan</td><td>12</td><td>Uia</td></tr> <tr><td>3</td><td>Rawatan kesihatan</td><td>13</td><td>Wanita</td></tr> <tr><td>4</td><td>Aktiviti fizikal</td><td>14</td><td>Kawalan Kendiri</td></tr> <tr><td>5</td><td>Pengambilan gula</td><td>15</td><td>Keluarga</td></tr> <tr><td>6</td><td>Jenis makanan</td><td>16</td><td>Organ</td></tr> <tr><td>7</td><td>BMI</td><td></td><td></td></tr> <tr><td>8</td><td>Berat badan</td><td></td><td></td></tr> <tr><td>9</td><td>Penyakit tidak berjangkit (NCD)</td><td></td><td></td></tr> <tr><td>10</td><td>Symptom Diabetes</td><td></td><td></td></tr> </table>	1	Gaya hidup sihat	11	Pendidikan	2	Pemeriksaan kesihatan	12	Uia	3	Rawatan kesihatan	13	Wanita	4	Aktiviti fizikal	14	Kawalan Kendiri	5	Pengambilan gula	15	Keluarga	6	Jenis makanan	16	Organ	7	BMI			8	Berat badan			9	Penyakit tidak berjangkit (NCD)			10	Symptom Diabetes		
Q08a	Respon Positif																																																																																										
Q08b	Respon Negatif																																																																																										
Q08c	Perkongsian																																																																																										
Q08c	Komen																																																																																										
1	Gaya hidup sihat	11	Pendidikan																																																																																								
2	Pemeriksaan kesihatan	12	Uia																																																																																								
3	Rawatan kesihatan	13	Wanita																																																																																								
4	Aktiviti fizikal	14	Kawalan Kendiri																																																																																								
5	Pengambilan gula	15	Keluarga																																																																																								
6	Jenis makanan	16	Organ																																																																																								
7	BMI																																																																																										
8	Berat badan																																																																																										
9	Penyakit tidak berjangkit (NCD)																																																																																										
10	Symptom Diabetes																																																																																										
1	Gaya hidup sihat	11	Pendidikan																																																																																								
2	Pemeriksaan kesihatan	12	Uia																																																																																								
3	Rawatan kesihatan	13	Wanita																																																																																								
4	Aktiviti fizikal	14	Kawalan Kendiri																																																																																								
5	Pengambilan gula	15	Keluarga																																																																																								
6	Jenis makanan	16	Organ																																																																																								
7	BMI																																																																																										
8	Berat badan																																																																																										
9	Penyakit tidak berjangkit (NCD)																																																																																										
10	Symptom Diabetes																																																																																										

Rajah 2: Contoh sampel borang kodan yang digunakan dalam kajian ini.

Proses Kajian

Sepertimana yang dilakarkan dalam Rajah 3, kajian ini melibatkan tiga fasa, yang mana ketiga-tiga fasa ini amat penting untuk memastikan kajian ini dapat dianalisis secara tepat dan efisien serta mencapai objektif kajian yang telah ditetapkan pada awal proses penyelidikan.



Rajah 3: Proses kajian mengikut fasa

Fasa 1: Pengumpulan Data

Pada fasa pertama, pengkaji memulakan proses pengumpulan data. Proses ini bertujuan untuk mengenalpasti tahap keterlibatan khalayak terhadap poster digital diabetes oleh pihak KKM di laman web infosihat.gov.my, Facebook Rasmi KKM dan Facebook Nutritionist KKM. Dalam fasa ini, pengkaji mengenalpasti poster tersebut dengan menggunakan carian kata kunci seperti “diabetes”, “gula”, “NCD”, dan “kencing manis”. Selepas selesai proses

pengumpulan poster menggunakan kata kunci tersebut, pengkaji mengenalpasti jumlah keterlibatan khalayak terhadap poster yang dipaparkan oleh KKM.

Fasa 2: Pembangunan Instrumen

Pada fasa kedua, pengkaji mengkaji strategi mesej kesihatan yang digunakan oleh KKM dalam poster kempen diabetes berbentuk digital dengan menggunakan teori EPPM. Model ini menerangkan bagaimana penentuan tingkah laku seseorang dilihat berdasarkan gabungan pertimbangan rasional (kepercayaan keberkesanan) dan reaksi emosi (takut terhadap ancaman kesihatan). Dalam kajian ini, pengkaji meneliti setiap poster yang telah dikumpulkan semasa di Fasa 1. Berdasarkan EPPM, pengkaji memfokuskan kepada empat strategi mesej iaitu:

- i. Seruan Untuk Bertindak
Merujuk kepada mesej yang bertujuan untuk mengajak orang ramai mengambil langkah berjaga-jaga dan mengambil tindakan perlindungan untuk mengurangkan ancaman.
- ii. Mengajar Tentang Solusi
Merujuk kepada mesej yang bertujuan untuk memberi pendidikan kepada orang ramai tentang langkah-langkah mengurus diabetes.
- iii. Mengajar Tentang Risiko
Merujuk kepada mesej yang bertujuan untuk memberi pendidikan kepada orang ramai tentang risiko sekiranya mereka menghadapi diabetes.
- iv. Mengajar Tentang Solusi dan Risiko
Merujuk kepada mesej yang mendidik tentang langkah-langkah mengurus dan risiko sekiranya menghadapi diabetes.

Fasa 3: Analisis Data

Menerusi fasa yang terakhir ini, pengkaji menganalisis bentuk penggunaan imej dan strategi mesej kesihatan yang digunakan dalam poster kempen diabetes oleh KKM, dengan menggunakan perisian SPSS. Data yang dikumpulkan terdiri daripada kandungan poster, yang melibatkan analisis deksriptif dan tabulasi silang (*crosstab*).

Selepas data dikumpulkan, setiap data akan melalui proses pembersihan data. Poster yang tidak sesuai dan poster berulang akan disingkirkan daripada kumpulan data. Jika dilihat dengan teliti kepentingan analisis data, diakui bahawa proses yang berkaitan dengan analisis data kualitatif mempunyai hubungan dengan proses pengumpulan data, pengurangan data, pembentangan data, dan kesimpulan dapatan kajian. Secara tidak langsung, ia dapat membantu dalam membuat keputusan, pengesanan corak dan trend serta penemuan cerapan yang boleh merangsang inovasi dan kemajuan.

Kebolehpercayaan Dan Kesahan Interkoder

Sebelum membuat analisis data kajian, pengkaji telah melaksanakan ujian kebolehpercayaan. Hal ini dapat membantu pengkaji untuk mengenal pasti tahap kebolehlaksanaan kajian yang akan dijalankan, di samping meningkatkan kesahihan dalam instrumen kajian. Pengkaji menjalankan ujian kebolehpercayaan bersama-sama Penilai 2 atau interkoder, yang mana beliau telah menjalankan analisis data sebanyak 10 peratus daripada data kajian.

DAPATAN & PERBINCANGAN

Analisis Data Primer

Data asal yang telah dikumpul oleh pengkaji adalah sebanyak 130 poster. Selepas menjalankan proses pembersihan data, maka sebanyak 21 poster yang telah dikenalpasti tidak sesuai untuk digunakan dalam kajian, kerana terdapat sebanyak 18 poster berulang dan tiga poster tidak menepati panduan buku kodan yang telah ditetapkan. Selepas proses pembersihan data selesai dijalankan, terdapat sebanyak 91 poster sahaja yang boleh digunakan untuk dianalisis. Selepas itu, untuk menjalankan ujian kebolehpercayaan interkoder, pengkaji telah memilih 10 peratus daripada poster yang digunakan untuk dianalisis oleh Penilai 2, yang merangkumi 8 poster untuk tujuan kebolehpercayaan. Maka, jumlah poster yang dianalisis adalah sebanyak 83 poster sahaja.

Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif poster merupakan data yang dikumpul dalam kajian ini, yang mana melibatkan dapatan jenis platform, tarikh poster, panjang kempen dan cara memuat naik poster.

Jadual 1: Jenis platform

Jenis Platform	Kekerapan	Peratusan (%)
Laman Web Infosihat.gov.my	16	19.3
Facebook Rasmi KKM	35	42.2
Facebook Nutritionist KKM	32	38.6
N=83		100.0%

Jadual 1 menunjukkan jenis platform yang digunakan dalam kajian ini untuk mengumpul poster berkaitan dengan kempen diabetes. Tiga platform tersebut adalah Facebook Rasmi KKM yang mempunyai sebanyak 35 poster (42.2%), Facebook Nutritionist KKM sebanyak 32 poster (38.6%) dan laman web infosihat.gov.my sebanyak 16 poster (19.3%).

Pengenalpastian Tahap Keterlibatan Khalayak Terhadap Poster Diabetes Kementerian Kesihatan Malaysia

Bahagian ini menjelaskan dengan lebih terperinci mengenai jumlah keterlibatan khalayak terhadap poster kempen diabetes oleh KKM. Keterlibatan khalayak merujuk kepada penglibatan khalayak dalam memberi respons terhadap kempen poster diabetes di media sosial. Oleh itu, hasil dapatan kajian bagi tahap keterlibatan khalayak adalah seperti berikut:

Jadual 2: Keterlibatan Khalayak

	Respon Positif	Respon Negatif	Perkongsian	Komen
Jumlah	45,316	498	33,131	2,011
N=83				

Jadual 2 memaparkan jumlah keterlibatan khalayak daripada tiga sumber iaitu laman web infosihat.gov.my, Facebook Rasmi KKM dan Facebook Nutritionist KKM. Hasil dapatan mendapati bahawa di antara empat bentuk tingkah laku keterlibatan tersebut, bilangan khalayak yang memberi respon positif adalah lebih tinggi iaitu sebanyak 45,316 respon, berbanding dengan bilangan yang memberi respon negatif (498 respon). Bilangan khalayak yang berkongsi poster pula secara relatifnya adalah lebih tinggi (33,131 perkongsian) jika dibandingkan dengan bilangan khalayak yang memberi komen (2,011 komen) terhadap

sesuatu pemaparan poster untuk kempen diabetes. Melalui dapatan ini, pengkaji mendapati bahawa khalayak cenderung untuk berkongsi perkara yang disukai kepada orang lain dengan menggunakan platform media sosial.

Menurut Karim et al. (2020), anggaran seramai 3.484 billion orang menggunakan media sosial secara global pada 2019, meningkat sebanyak 9%, berbanding dengan tahun sebelumnya. Demografi pengguna media sosial yang besar ini boleh menjadi sasaran untuk usaha meningkatkan kesedaran diri dalam bidang kesihatan, dan secara langsung dapat mengubah tingkah laku kesihatan khalayak untuk menjadi yang lebih baik (Kurniawati, 2022). Rajah 4 menunjukkan antara poster yang mempunyai tahap keterlibatan khalayak yang tertinggi.



Rajah 4: Contoh poster yang mempunyai keterlibatan khalayak tertinggi (Sumber: Facebook KKM).

Pengenalpastian Strategi Mesej Kesihatan Dalam Kempen Poster Diabetes Oleh KKM Dalam Poster Diabetes

Bagi mengenalpasti strategi mesej kesihatan yang digunakan oleh KKM, mesej utama dan mesej sampingan dalam poster kempen diabetes dianalisis dengan menggunakan analisis deskriptif frekuensi. Oleh itu, Jadual 3 menunjukkan kekerapan strategi mesej dalam mesej utama dan mesej sampingan.

Jadual 3: Jumlah kekerapan strategi mesej dalam mesej utama dan mesej sampingan

Strategi Mesej	Mesej Utama (Ya)	Mesej Sampingan (Ya)
Mengajar tentang solusi	38 (45.8%)	31 (37.3%)
Seruan untuk bertindak	11 (13.3%)	13 (15.7%)
Mengajar tentang risiko	32 (38.6%)	32 (38.6%)
Mengajar Tentang Solusi dan Risiko	0 (0.0%)	7 (8.4%)

N= 83

Mengajar Tentang Solusi

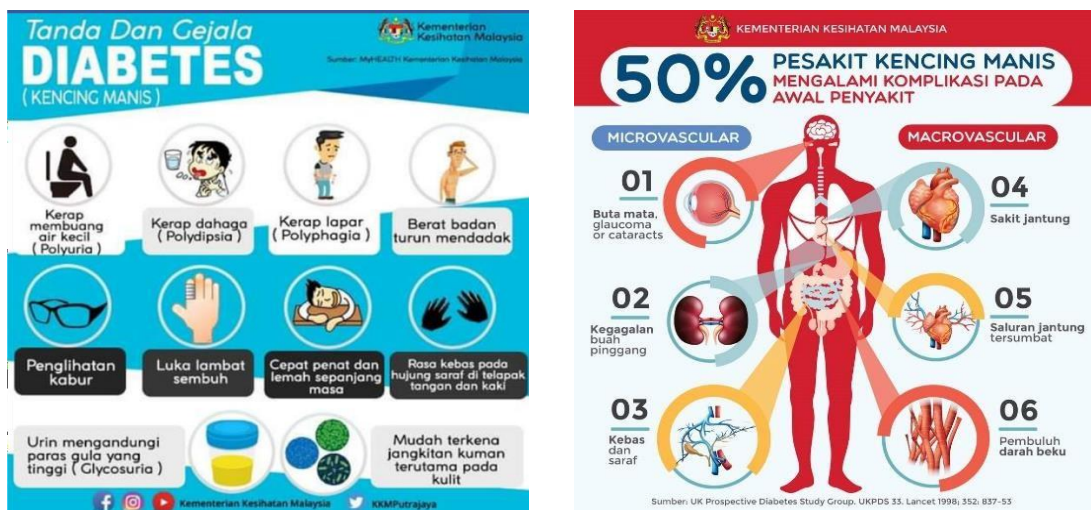
Strategi mesej “mengajar tentang solusi” merujuk kepada poster yang menerangkan tentang langkah-langkah mengurus diabetes. Dapatan di Jadual 3 menunjukkan kekerapan strategi mesej ini adalah sebanyak 38 mesej (45.8%) iaitu strategi yang mempunyai kekerapan tertinggi, berbanding dengan strategi mesej lain di dalam mesej utama. Untuk mesej sampingan pula, kekerapan strategi mesej adalah sebanyak 31 mesej (37.3%). Rajah 5 menunjukkan contoh poster yang mempunyai strategi mesej “mengajar tentang solusi”.



Rajah 5: Contoh poster yang mempunyai strategi mesej “mengajar tentang solusi” (Sumber: Facebook KKM).

Mengajar Tentang Risiko

Strategi mesej “mengajar tentang risiko” merujuk kepada mesej yang menerangkan tentang risiko sekiranya menghadapi diabetes. Jadual 3 menunjukkan kekerapan strategi ini dalam kedua-dua mesej utama dan mesej sampingan adalah sebanyak 32 mesej (38.6%). Oleh itu, Rajah 6 menunjukkan contoh poster yang mempunyai strategi mesej “mengajar tentang risiko”.



Rajah 6: Contoh poster yang mempunyai strategi mesej “mengajar tentang risiko” (Sumber: Facebook KKM)

Mengajar Tentang Solusi dan Risiko

Strategi mesej “mengajar tentang solusi dan risiko” merujuk kepada mesej yang menerangkan langkah-langkah mengurus dan risiko sekiranya menghidap diabetes. Jadual 3 menunjukkan tiada strategi mesej “mengajar tentang solusi dan risiko” dalam mesej utama, namun terdapat kekerapan sebanyak 7 (8.4%) dalam mesej sampingan. Rajah 7 menunjukkan contoh poster yang mempunyai strategi mesej “mengajar tentang solusi dan risiko”.



Rajah 7: Contoh poster yang mempunyai strategi mesej “mengajar tentang solusi dan risiko” (Sumber: Facebook KKM).

Seruan untuk Bertindak

Strategi mesej “seruan untuk bertindak” merujuk kepada mesej yang berbentuk seruan untuk bertindak. Dapatan di dalam Jadual 3 telah menunjukkan kekerapan sebanyak 11 mesej (13.3%) dan mesej sampingan adalah sebanyak 13 mesej (15.7%). Oleh itu, Rajah 8 pula menunjukkan contoh poster yang mempunyai strategi mesej “seruan untuk bertindak”.



Rajah 8: Contoh poster yang mempunyai strategi mesej “seruan untuk bertindak” (Sumber: Facebook KKM).

Jadual 4 dan Jadual 5 menunjukkan hasil dapatan tabulasi silang bagi kategori mesej utama dan mesej sampingan di mana strategi mesej “mengajar tentang solusi” dan “mengajar tentang risiko” dilihat sebagai strategi tertinggi diguna pakai dalam penghasilan poster. Jadual 4 memaparkan tentang mesej utama, yang mana dua strategi tertinggi yang digunakan adalah “mengajar tentang solusi” bagi kategori pengambilan gula dengan kekerapan sebanyak 10 (50%), manakala “mengajar tentang risiko” bagi kategori penyakit NCD sebanyak 24 kekerapan (72.7%). Bagi strategi “mengajar tentang solusi dan risiko” jelas menunjukkan kekerapan paling rendah iaitu sifar. Tiada mana-mana kategori yang menggunakan strategi ini dalam mesej utama poster.

Bagi Jadual 5 pula memaparkan tentang mesej sampingan, yang telah menunjukkan persamaan yang ketara dengan Jadual 4. Dapatan menunjukkan bahawa strategi mesej “mengajar tentang solusi” dan “mengajar tentang risiko” merupakan dua strategi tertinggi yang digunapakai dalam mesej sampingan. Bagi strategi mesej “mengajar tentang solusi”, kategori “jenis makanan” mempunyai kekerapan tertinggi iaitu sebanyak 17 (63%) dan strategi mesej “mengajar tentang risiko” pula mempunyai kekerapan sebanyak 18 (66.7%) bagi kategori “penyakit NCD”. Kekerapan terendah bagi strategi mesej yang digunakan adalah strategi mesej “seruan untuk bertindak” iaitu hanya 14 kategori sahaja yang menggunakan strategi tersebut dalam mesej sampingan.

Sebagaimana yang dinyatakan di atas, hasil dapatan telah menunjukkan bahawa strategi “mengajar tentang solusi” bagi kategori “pengambilan gula” mempunyai kekerapan tertinggi. Hal yang demikian kerana pengambilan minuman manis yang tinggi menyumbang kepada obesiti dan NCD berkaitan dengan pemakanan (Wanjohi et al., 2021). Sebagai contoh, seperti di dalam poster yang dianalisis melalui kajian ini – “7 Langkah Bijak Mengurangkan Gula” (dalam Rajah 5), telah menunjukkan strategi mesej “mengajar tentang solusi” yang sangat jelas tentang pengambilan gula. Secara tidak langsung, strategi yang dilihat tersebut bertujuan untuk mendidik orang ramai tentang langkah-langkah mengurus diabetes.

Seterusnya, untuk strategi mesej “mengajar tentang risiko” pula mempunyai kekerapan tertinggi pada kategori “penyakit NCD”. Menurut model EPPM, strategi mesej ini digunakan apabila orang ramai sedar dan tahu apa yang perlu dilakukan, namun tiada motivasi untuk mengubah tingkah laku kerana mereka percaya bahawa ancaman tersebut remeh dan mereka tidak berisiko (Tsoy et al., 2022), sebagai contoh kepada mereka yang mempunyai penyakit diabetes. Kenyataan tersebut dapat disokong melalui kajian oleh Worthington (2021), yang mana beliau menyatakan bahawa mesej yang menggunakan unsur ketakutan kebiasaannya tidak memberi kesan kepada khalayak kerana apabila seseorang itu tidak percaya atau merasakan bahawa sesuatu ancaman itu teruk dan mereka tidak terdedah kepada ancaman tersebut, maka mereka akan menolak mesej tersebut.

Jadual 4: Kategori mesej utama

Strategi Mesej	Kategori Mesej									
	Gaya Hidup Sihat	Pemeriksaan Kesihatan	Rawatan Kesihatan	Aktiviti Fizikal	Pengambilan Gula	Jenis Makanan	Berat Badan	BMI	Penyakit NCD	Simptom Diabetes
Seruan Untuk Bertindak	1 (16.7%)	2 (33.3%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	5 (25.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	2 (6.1%)	0 (0.0%)
Mengajar Tentang Solusi	4 (66.7%)	3 (50.0%)	4 (100.0%)	3 (100.0%)	10 (50.0%)	9 100.0%	0 (0.0%)	0 (0.0%)	7 (21.2%)	0 (0.0%)
Mengajar Tentang Risiko	1 (16.7%)	1 (16.7%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	5 (25.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	24 (72.7%)	0 (0.0%)
Mengajar Tentang Solusi & Risiko	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)
Jumlah	6 (100.0%)	6 (100.0%)	4 (100.0%)	3 (100.0%)	20 (100.0%)	9 (100.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	33 (100.0%)	0 (0.0%)

Strategi Mesej	Kategori Mesej					
	Pendidikan	Usia	Wanita	Kawalan Kendiri	Keluarga	Organ
Seruan Untuk Bertindak	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	1 (100.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)
Mengajar Tentang Solusi	1 (33.3%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)
Mengajar Tentang Risiko	0 (0.0%)	2 100.0%	1 100.0%	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)
Mengajar Tentang Solusi & Risiko	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)
Jumlah	3 (100.0%)	2 (100.0%)	1 (100.0%)	1 (100.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)

Jadual 5: Kategori mesej sampingan

Strategi Mesej	Kategori Mesej									
	Gaya Hidup Sihat	Pemeriksaan Kesihatan	Rawatan Kesihatan	Aktiviti Fizikal	Pengambilan Gula	Jenis Makanan	Berat Badan	BMI	Penyakit NCD	Simptom Diabetes
Seruan Untuk Bertindak	1 (6.7%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	6 (21.4%)	2 (7.4%)	1 (11.1%)	0 (0.0%)	2 (7.4%)	1 (11.1%)
Mengajar Tentang Solusi	9 (60.0%)	7 (87.5%)	6 (75.0%)	7 (70.0%)	11 (39.3%)	17 (63.0%)	4 (44.4%)	2 100.0%	3 (11.1%)	0 (0.0%)
Mengajar Tentang Risiko	3 (20.0%)	0 (0.0%)	1 (12.5%)	2 (20.0%)	7 (25.0%)	6 (22.2%)	4 (44.4%)	0 (0.0%)	18 (66.7%)	8 (88.9%)
Mengajar Tentang Solusi & Risiko	2 (13.3%)	1 (12.5%)	1 (12.5%)	1 (10.0%)	4 (14.3%)	4 (14.8%)	1 (11.1%)	0 (0.0%)	5 (18.5%)	1 (11.1%)
Jumlah	15 (100.0%)	8 (100.0%)	8 (100.0%)	10 (100.0%)	28 (100.0%)	29 (100.0%)	10 (100.0%)	2 (100.0%)	28 (100.0%)	10 (100.0%)

Strategi Mesej	Kategori Mesej					
	Pendidikan	Usia	Wanita	Kawalan Kendiri	Keluarga	Organ
Seruan Untuk Bertindak	1 (100.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)
Mengajar Tentang Solusi	1 (100.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)
Mengajar Tentang Risiko	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)
Mengajar Tentang Solusi & Risiko	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)
Jumlah	2 (100.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)

Bentuk Penggunaan Imej yang digunakan oleh KKM Dalam Poster Kempen Diabetes

Bahagian ini menjelaskan dengan lebih terperinci mengenai bentuk penggunaan imej dan strategi mesej kesihatan dalam poster kempen diabetes oleh KKM.

Jadual 6: Imej utama selari dengan mesej utama

	Kekerapan	Peratusan (%)
Selari	83	100.0
Tidak Selari	0	0.0

N=83

Jadual 6 menunjukkan dapatan kekerapan imej 83 poster yang dianalisis, yang selari dengan mesej utama dalam poster kempen diabetes. Dapatan menunjukkan bahawa kesemua poster adalah selari dan tiada imej yang tidak menyokong untuk mesej utama poster yang telah dipaparkan.

Analisis Bentuk Penggunaan Imej dan Strategi Mesej Kesihatan yang digunakan dalam Poster Diabetes oleh KKM

Bahagian ini akan menerangkan jumlah dapatan kekerapan strategi mesej dalam imej utama dan imej sampingan dalam poster kempen diabetes oleh KKM.

Jadual 7: Jumlah kekerapan strategi mesej dalam imej utama dan sampingan

Strategi Mesej	Imej Utama	Imej Sampingan
Mengajar tentang risiko	30 (36.1%)	24 (28.9%)
Mengajar tentang solusi	23 (27.7%)	15 (18.1%)
Tiada kepastian	17 (20.5%)	38 (45.8%)
Seruan untuk bertindak	7 (8.4%)	1 (1.2%)
Mengajar Tentang Solusi dan Risiko	6 (7.2%)	5 (6.0%)

N=83

Jadual 7 memaparkan jumlah kekerapan strategi mesej dalam imej utama dan imej sampingan. Berdasarkan jadual tersebut, strategi mesej “mengajar tentang risiko” bagi imej utama mempunyai nilai kekerapan tertinggi berbanding strategi yang lain iaitu sebanyak 30 kekerapan (36.1%), manakala strategi mesej terendah ialah strategi mesej “mengajar tentang solusi dan risiko”, iaitu sebanyak 6 kekerapan sahaja (7.2%). Bagi imej sampingan pula, strategi mesej yang tidak dapat dipastikan mempunyai kekerapan tertinggi iaitu sebanyak 38 (45.8%), manakala strategi mesej “seruan untuk bertindak” mempunyai kekerapan terendah iaitu hanya 5 (6%) sahaja digunakan dalam imej poster.

Hasil dapatan menunjukkan bahawa strategi mesej “mengajar tentang risiko” dalam imej utama mempunyai kekerapan tertinggi berbanding strategi mesej yang lain. Hal ini disokong oleh kajian yang dijalankan oleh Kotowski et al. (2011), yang mana mereka menegaskan bahawa elemen ancaman dan keberkesanan perlu dimasukkan ke dalam mesej. Selain itu, elemen ancaman tersebut perlulah diyakini untuk disampaikan kepada orang ramai bahawa sesuatu penyakit tersebut boleh berlaku kepada sesiapa sahaja (Kotowski et al., 2011). Sebagai contoh, imej yang memaparkan gambar kaki pesakit diabetes (yang dianalisis dalam kajian ini), merupakan salah satu imej yang menggunakan strategi mesej “mengajar tentang risiko”.

Jadual 8 dan Jadual 9 pula memaparkan hasil dapatan tabulasi silang bagi kategori imej utama dan imej sampingan. Dalam Jadual 8, strategi mesej “mengajar tentang risiko” dilihat sebagai strategi tertinggi diguna pakai dalam penghasilan poster. Hal ini jelas

menunjukkan bahawa di dalam imej utama, kategori “penyakit NCD” dan “pengambilan gula” merupakan antara kategori tertinggi dalam strategi “mengajar tentang risiko” berbanding strategi mesej yang lain. Strategi mesej terendah digunakan dalam imej utama adalah strategi mesej “seruan untuk bertindak” iaitu dengan kekerapan yang terkumpul hanya sebanyak 7 kategori sahaja.

Jadual 9 juga memaparkan strategi mesej “mengajar tentang risiko” dan mempunyai kekerapan tertinggi di bawah kategori mesej “penyakit NCD” iaitu sebanyak 14 kekerapan (93.3%), manakala strategi terendah adalah strategi “seruan untuk bertindak”, hanya satu kategori sahaja yang menggunakan strategi ini dalam mesej sampingan. Hal ini jelas menunjukkan bahawa strategi mesej “mengajar tentang risiko” memaparkan peratusan tertinggi untuk kategori “penyakit NCD”. Menurut model EPPM, orang ramai cenderung untuk menilai akibat yang berkaitan dengan tingkah laku dan gangguan yang sihat, dan kemudian bertindak balas terhadapnya (Lael-Monfared et al., 2019). Oleh hal yang demikian, Lael-Monfared et al. (2019) menegaskan bahawa, orang ramai mungkin menilai mesej tersebut sebagai ancaman atau keberkesanan, yang mana setiap satunya mengakibatkan tiga tindak balas, iaitu sikap acuh tak acuh, menolak mesej, dan menerima mesej (Lael-Monfared et al., 2019).

Jadual 8: Kategori imej utama

Strategi Mesej	Kategori Mesej									
	Gaya Hidup Sihat	Pemeriksaan Kesihatan	Rawatan Kesihatan	Aktiviti Fizikal	Pengambilan Gula	Jenis Makanan	Berat Badan	BMI	Penyakit NCD	Simptom Diabetes
Seruan Untuk Bertindak	0 (0.0%)	5 (45.5%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	1 (6.3%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	1 (7.7%)	0 (0.0%)
Mengajar Tentang Solusi	4 (80.0%)	4 (36.4%)	4 (80.0%)	2 (100.0%)	4 (25.0%)	7 41.2%	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)
Mengajar Tentang Risiko	0 (0.0%)	1 (9.1%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	8 (50.0%)	5 (29.4%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	12 92.3%	1 (100.0%)
Mengajar Tentang Solusi & Risiko	1 (20.0%)	1 (9.1%)	1 (20.0%)	0 (0.0%)	3 18.8%	5 29.4%	1 (100.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)
Jumlah	5 (100.0%)	11 (100.0%)	5 (100.0%)	2 (100.0%)	16 (100.0%)	17 (100.0%)	1 (100.0%)	0 (0.0%)	13 (100.0%)	1 (100.0%)

Strategi Mesej	Kategori Mesej					
	Pendidikan	Usia	Wanita	Kawalan Kendiri	Keluarga	Organ
Seruan Untuk Bertindak	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)
Mengajar Tentang Solusi	1 (100.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)
Mengajar Tentang Risiko	0 (0.0%)	1 (100.0%)	1 100.0%	0 (0.0%)	1 (100.0%)	2 100.0%
Mengajar Tentang Solusi & Risiko	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)
Jumlah	1 (100.0%)	1 (100.0%)	1 (100.0%)	0 (0.0%)	1 (100.0%)	2 (100.0%)

Jadual 9: Kategori imej sampingan

Strategi Mesej	Kategori Mesej									
	Gaya Hidup Sihat	Pemeriksaan Kesihatan	Rawatan Kesihatan	Aktiviti Fizikal	Pengambilan Gula	Jenis Makanan	Berat Badan	BMI	Penyakit NCD	Simptom Diabetes
Seruan Untuk Bertindak	0 (0.0%)	1 (12.5%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)
Mengajar Tentang Solusi	5 (45.5%)	3 (37.5%)	2 (50.0%)	5 (62.5%)	6 (54.5%)	9 (50.0%)	4 (50.0%)	1 (50.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)
Mengajar Tentang Risiko	4 (36.4%)	3 (37.5%)	2 (50.0%)	1 12.5%	1 (9.1%)	4 (22.2%)	3 (37.5%)	0 (0.0%)	14 93.3%	4 100.0%
Mengajar Tentang Solusi & Risiko	2 (18.2%)	1 (12.5%)	0 (0.0%)	2 25.0%	4 36.4%	5 27.8%	1 (12.5%)	1 (50.0%)	1 (6.7%)	0 (0.0%)
Jumlah	11 (100.0%)	8 (100.0%)	4 (100.0%)	8 (100.0%)	11 (100.0%)	18 (100.0%)	8 (100.0%)	2 (100.0%)	15 (100.0%)	4 (100.0%)

Strategi Mesej	Kategori Mesej					
	Pendidikan	Usia	Wanita	Kawalan Kendiri	Keluarga	Organ
Seruan Untuk Bertindak	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)
Mengajar Tentang Solusi	1 (100.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)
Mengajar Tentang Risiko	0 (0.0%)	0 (0.0%)	1 100.0%	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)
Mengajar Tentang Solusi & Risiko	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)
Jumlah	1 (100.0%)	0 (0.0%)	1 (100.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)

KESIMPULAN

Secara kesimpulan, menerusi kajian ini, segala persoalan kajian telah terjawab dengan menggunakan teori EPPM. Setiap strategi mesej dalam model tersebut telah dikaitkan dengan dapatan kajian, serta dengan sokongan daripada kajian lepas yang dijalankan oleh penyelidik lain. Hasil kajian ini juga telah menunjukkan bahawa bagi kategori mesej utama dan sampingan dalam kebanyakan poster yang dipaparkan oleh pihak KKM, hanya menggunakan strategi mesej “mengajar tentang solusi” dan “mengajar tentang risiko” bagi kategori mesej. Manakala, bagi kategori imej pula, poster hanya memfokuskan kepada strategi mesej “mengajar tentang risiko”.

Walau bagaimanapun, menurut model EPPM, strategi mesej “seruan untuk bertindak” merupakan strategi terbaik untuk menyeru seseorang individu untuk melakukan perubahan tingkah laku kesihatan. Perkara ini dapat dibuktikan dalam kajian yang dijalankan oleh Kotowski et al. (2011), yang menegaskan bahawa keberkesanan sesuatu mesej pencegahan adalah hasil daripada keseimbangan antara ancaman dan keberkesanan, yang dapat dikaitkan dengan strategi mesej “seruan untuk bertindak”. Sekiranya kedua-dua elemen tersebut dirasakan tinggi oleh seseorang individu, maka mereka akan mengambil tindakan untuk berlindung, dan secara tidak langsung dapat mengurangkan ancaman (Kotowski et al., 2011).

Justeru, kajian yang dijalankan ini wajar dijadikan rujukan kepada penyelidikan lain agar dapat membantu pengkaji pada masa akan datang untuk melakukan kajian seperti ini dengan lebih terperinci. Selain itu, untuk KKM khususnya, sewajarnya melihat kajian ini sebagai satu platform kajian yang signifikan berkaitan dengan strategi mesej kesihatan yang boleh digunapakai dalam penyampaian mesej melalui poster kempen kesihatan diabetes. Hal ini demikian kerana menerusi kajian yang dijalankan, pengkaji mendapati bahawa kerajaan sepatutnya memperbaiki strategi mesej yang digunakan dalam poster kempen kesihatan diabetes berdasarkan kepada model EPPM dan disebarkan menggunakan sosial media seperti aplikasi Instagram, Twitter dan Tik-Tok. Secara tidak langsung, penyampaian mesej berkenaan dengan kesihatan dapat disebarkan dengan lebih meluas lagi, dan sekali gus dapat mengubah tingkah laku khalayak untuk menjadi lebih sihat.

BIODATA

Nurul Asyiqin Ab Rashid merupakan pelajar Sarjana Muda di Pusat Kajian Media dan Komunikasi, dan merupakan pelajar di bawah penyeliaan Dr. Shamsiah Abd Kadir. Tesis dan kajian yang dihasilkan adalah berkaitan dengan strategi mesej dalam komunikasi kesihatan. Email: asyiqinrash@gmail.com

Shamsiah Abd Kadir merupakan Pensyarah Kanan di Pusat Kajian Media dan Komunikasi, Fakulti Sains Sosial dan Kemanusiaan, serta merupakan felo penyelidik di *UKM x UNICEF Communication for Development in Health (HEALTHCOMM)*. Minat penyelidikannya termasuklah Komunikasi Kesihatan, Kejuruteraan Kansei, Emosi & Kesejahteraan, Data Raya dan Analisis Sentimen, Literasi Media, serta Perangsaraf Media dan Informasi. Email: shamkadir@ukm.edu.my

RUJUKAN

- Abdullah, M. (2021, November 14). Diabetes: Ramai ambil mudah sebab hanya “nampak” apabila sudah mudarat - Pakar. *Astro Aswani*. <https://www.astroawani.com/gaya-hidup/diabetes-ramai-ambil-mudah-sebab-hanya-nampak-apabila-sudah-mudarat-pakar-330677>
- Bakar, J., Zainol Abidin, I. Z., Syed Mohamad, S. I., & Yusof, H. (2021). Penerimaan masyarakat terhadap program Kementerian Kesihatan Malaysia dalam membendung aktiviti merokok. *Jurnal Psikologi dan Kesihatan Sosial*, 5, 19–24.
- BERNAMA. (2022, November 15). Trend diabetes membimbangkan, beban kos rawatan meningkat - KP Kesihatan. *Astro Aswani*. <https://www.astroawani.com/berita-malaysia/trend-diabetes-membimbangkan-beban-kos-rawatan-meningkat-kp-kesihatan-391663>
- Hazira Ahmad Zaidi. (2022, November 8). Malaysia mempunyai kadar diabetes kedua tertinggi di dunia. *Berita Harian*. <https://www.bharian.com.my/berita/nasional/2022/11/1022621/malaysia-mempunyai-kadar-diabetes-kedua-tertinggi-di-dunia>
- Jakovljevic, M., Jakab, M., Gerdtham, U., McDaid, D., Ogura, S., Varavikova, E., Merrick, J., Adany, R., Okunade, A., & Getzen, T. E. (2019). Comparative financing analysis and political economy of noncommunicable diseases. *Journal of Medical Economics*, 22(8), 722–727.
- Jamri, M. H., Ismail, N., Ahmad, J., & Singh, D. (2017). Kempen kesedaran kesihatan awam: Satu tinjauan literatur dari sudut penggunaan media dan komunikasi di Malaysia. *Jurnal Komunikasi: Malaysian Journal of Communication*, 33(3).
- Karim, F., Oyewande, A., Abdalla, L. F., Chaudhry Ehsanullah, R., & Khan, S. (2020). Social media use and its connection to mental health: A systematic review. *Cureus*, 12(6), e8627. <https://doi.org/10.7759/cureus.8627>
- Kenny, P. (2021, April 14). Diabetes only major noncommunicable disease rising: WHO. *Andolu Agency*. <https://www.aa.com.tr/en/health/diabetes-only-major-noncommunicable-disease-rising-who/2208977>
- Kotowski, M., Johnstone, P., Smith, S., & Pritt, E. (2011). Using the extended parallel process model to create and evaluate the effectiveness of brochures to reduce the risk for noise-induced hearing loss in college students. *Noise and Health*, 13(53), 261-271.
- Kurniawati, Y. (2022). Analysis of hashtag #educationtoprotecttomorrow in social media posts to increase self-health awareness on World Diabetes Day. *Jurnal Kesehatan Komunitas Indonesia*, 2(1), 34–41.
- Lael-Monfared, E., Tehrani, H., Moghaddam, Z. E., Ferns, G. A., Tatari, M., & Jafari, A. (2019). Health literacy, knowledge and self-care behaviors to take care of diabetic foot in low-income individuals: Application of extended parallel process model. *Diabetes and Metabolic Syndrome: Clinical Research and Reviews*, 13(2), 1535–1541. <https://doi.org/10.1016/j.dsx.2019.03.008>
- Mafauzy, M. (2005). Diabetes control and complications in private primary healthcare in Malaysia. *Medical Journal of Malaysia*, 60(2), 212–217. <https://www.e-mjm.org/2005/v60n2/index.html>
- MalaysiaGazette*. (2022, November 15). 3.9 juta individu 18 tahun ke atas hidap diabetes – Dr Noor Hisham. <https://malaysiagazette.com/2022/11/15/3-9-juta-individu-18-tahun-ke-atas-hidap-diabetes-dr-noor-hisham/>

- Md Idris, I. I., Rahamad, M. S., & Md Syed, M. A. (2021). Perbincangan orientalisme melalui analisis semiotika dalam animasi. *Jurnal Komunikasi: Malaysian Journal of Communication*, 37(1), 295–313.
- Mohamad, E. M. W., & Veng Kie, C. (2019). Analisis kandungan artikel kesihatan akhbar terpilih dalam tempoh Pilihan Raya Umum Ke-14 Malaysia. *Journal of Human Development and Communication*, 8, 107–116.
- Newsom, L. C., Miller, S. W., & Chesson, M. (2021). Use of digital vs printed posters for teaching and learning in pharmacy education. *American Journal of Pharmaceutical Education*, 85(6), 8307.
- Norasikin Fabil, & Zawawi Ismail. (2005). Visualisasi maklumat dalam pendidikan masa kini. *Masalah Pendidikan*, 28, 173-183.
- Radiah Abdul Ghani, & Nur Masturina Fazit Osman. (2022). Knowledge and awareness of diabetes mellitus as a risk factor of colorectal cancer among International Islamic University Malaysia Kuantan students. *Asian Journal of Medicine and Biomedicine*, 6(2), 143–153.
- Rosli Mohammed. (2016). *Audit komunikasi organisasi*. Sintok: Penerbit Universiti Utara Malaysia.
- Saleh, S. M., Azahari, M. H. H., & Ismail, A. I. (2013). Diabetic healthcare awareness in Malaysia: The role of poster as a communication medium. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 91, 539–544.
- Sharudin, S. A., Mustaffa, N., & Sannusi, S. N. (2020). Peranan visual Instagram dalam meningkatkan kesedaran kesihatan masyarakat. *e-Bangi*, 17(2).
- Srinivasan, N. K., John, D., Rebekah, G., Kujur, E. S., Paul, P., & John, S. S. (2017). Diabetes and diabetic retinopathy: Knowledge, Attitude, Practice (KAP) among diabetic patients in a tertiary eye care centre. *Journal of Clinical and Diagnostic Research*, 11(7), NC01-NC07.
- Tsoy, D., Godinic, D., Tong, Q., Obrenovic, B., Khudaykulov, A., & Kurpayanidi, K. (2022). Impact of social media, Extended Parallel Process Model (EPPM) on the intention to stay at home during the COVID-19 pandemic. *Sustainability*, 14(12), 7192.
- Utoyo, A. W. (2020). Analisis komunikasi visual pada poster sebagai media komunikasi mendorong jarak sosial di Jakarta saat epidemi Covid 19. *LUGAS Jurnal Komunikasi*, 4(1), 35–42.
- Wanjohi, M. N., Thow, A. M., Abdool Karim, S., Asiki, G., Erzse, A., Mohamed, S. F., Pierre Donfouet, H. P., Juma, P. A., & Hofman, K. J. (2021). Nutrition-related non-communicable disease and sugar-sweetened beverage policies: A landscape analysis in Kenya. *Global Health Action*, 14(1), 1902659. <https://doi.org/gqvf9r>
- Worthington, A. K. (2021). *Persuasion Theory in action: An open educational resource*. Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License. <https://ua.pressbooks.pub/persuasiontheoryinaction/>
- Yoon, H., You, M., & Shon, C. (2022). An application of the extended parallel process model to protective behaviors against COVID-19 in South Korea. *PLoS One*, 17(3), e0261132.