

FOTOSTAT TIDAK DIBENARKAN

T4777

SATU KAJIAN MENGENAI PENGARUH IKLAN KEMPEN KESELAMATAN
JALAN RAYA TERHADAP PENUNGGANG MOTOSIKAL

SHARIFAH MARIAM BT SAIYED HUSSIN

96145167

IJAZAH SARJANA MUDA SENI LUKIS DAN SENI REKA (GRAFIK)

UNIVERSITI TEKNOLOGI MARA (UiTM)

KAMPUS ALOR GAJAH

JULAI 2000

SATU KAJIAN MENGENAI PENGARUH IKLAN KEMPEN KESELAMATAN JALAN
RAYA KEPADA PENUNGGANG MOTOSIKAL

SHARIFAH MARIAM BT SAIYED HUSSIN

96145167

Tesis ini dikemukakan kepada Fakulti Senilukis dan Senireka,
Universiti Teknologi MARA (UiTM) sebagai memenuhi sebahagian daripada
keperluan Ijazah Sarjana Muda Seni Lukis dan Seni Reka.

1. Diperiksa oleh..... Tarikh.....
2. Diperiksa oleh..... Tarikh.....
3. Diperiksa oleh..... Tarikh.....

Dekan

Fakulti Seni Lukis dan Seni Reka

Universiti Teknologi MARA (UiTM)

Shah Alam, Selangor.

ABSTRAK

Tujuan penyelidikan : Tesis ini bertujuan untuk mengkaji pengaruh Iklan Kempen Keselamatan Jalan Raya yang dilancarkan oleh kerajaan pada tahun 1997 kepada penunggang motosikal. Kajian ini dilakukan untuk mengetahui samada iklan tersebut berjaya mempengaruhi penunggang jalan raya untuk berhati-hati semasa menunggang motosikal di jalan raya supaya sebaliknya. Kajian ini juga bertujuan untuk mengkaji tahap pemahaman atau pandangan mereka terhadap mesej yang hendak disampaikan melalui iklan tersebut. Di samping itu juga kajian ini bertujuan untuk mengenalpasti kaedah-kaedah yang sesuai dan berkesan bagi menyampaikan mesej tentang keselamatan jalan raya kepada penunggang motosikal.

Kepentingan : Setiap kajian yang dibuat mesti mempunyai kepentingannya. Bagi penyelidikan ini sedikit sebanyak memberi manfaat kepada penunggang motosikal. Melalui kajian ini, sudah pasti mereka dapat mengambil pengajaran dari mesej yang hendak disampaikan melalui iklan tersebut. Penyelidikan ini juga amat penting bagi membantu pihak Kementerian Pengangkutan dalam usaha mengetengahkan idea-idea untuk tujuan kempen keselamatan jalan raya. Dalam kajian yang dibuat ini, penulis dapat mengenalpasti kaedah-kaedah dan pendekatan yang sesuai dalam menghasilkan sesebuah iklan yang berkesan terutama bagi tujuan keselamatan jalan raya.

Kaedah dan metodologi : Proses penghasilan tesis ini dibuat berdasarkan dua kaedah iaitu dari sumber data awal (primary sources) dan sumber data kedua (secondary sources). Bagi sumber data awal, penulis mendapatkan maklumat dengan mengedarkan soal selidik kepada sasaran iaitu penunggang motosikal. Lokasinya adalah di beberapa buah negeri iaitu Perak, Selangor, dan Melaka. Selain melalui soal selidik, penulis juga memperolehi maklumat dengan menemubual beberapa tokoh akademik dan individu seperti Profesor Madya Ir. Dr. Radin Umar Radin Sohadi dari UPM, Puan Wan Badariah Wan Mohamad dari MKJR Negeri Perak, Encik Mohd Aidi Mohd. Hussin dari MKJR Malaysia, dan Encik Ridzuan Rayman dari Unit Pengurusan Sumber Manusia, JPJ Negeri Perak. Selain itu penulis juga membuat pemerhatian terhadap iklan-iklan tersebut melalui video dan juga berdasarkan statistik-statistik yang dikeluarkan oleh PDRM dan MKJR Malaysia. Bagi sumber data kedua, penulis memperolehi maklumat dan data-data dari himpunan yang diringkaskan dari sumber data awal. Selain itu juga maklumat-maklumat tambahan diperolehi daripada bahan-bahan rujukan seperti buku-buku akademik, majalah, keratan akhbar, artikel-artikel, kamus, journal, risalah dan lain-lain bahan yang bersesuaian.

Rumusan : Secara umumnya hasil dari penyelidikan yang dibuat didapati penunggang motosikal mengetahui dan memahami tentang isu kempen keselamatan jalan raya yang bertujuan memberi kesedaran kepada mereka. Semoga dengan pelancaran kempen ini , penunggang motosikal dapat membantu kerajaan dalam usaha mengurangkan kadar kemalangan yang berlaku di negara ini.

ISI KANDUNGAN

MUKA SURAT

Halaman Pemeriksa	i
Penghargaan	ii
Abstrak	iv
Isi Kandungan	v
Senarai Ilustrasi	vii

BAB 1 PENGENALAN

1.0 Pendahuluan	1
1.1 Tujuan dan Matlamat	2
1.2 Kepentingan	3
1.3 Kaedah dan Metodologi	4
1.4 Penutup	6

BAB 2 PENULISAN DAN PENYELIDIKAN YANG BERKAITAN

2.0 Pengenalan	7
2.1 Definisi Tajuk	11
2.1.1 Kempen Periklanan	13
2.2 Senario Kemalangan Motosikal Di Malaysia	15
2.2.1 Sebab atau punca berlaku kemalangan	15
2.2.2 Masalah dan isu program keselamatan motosikal	17
2.3 Latar Belakang Kempen Keselamatan Jalan Raya	19
2.3.1 Pendekatan kempen terdahulu	20
2.3.2 Isu Kempen Keselamatan Penunggang Motosikal 1997-1999	20
2.4 Strategi Kempen Dan Keberkesanannya	24
2.5 Penghasilan Iklan Kempen Keselamatan Penunggang Motosikal	25
2.5.1 Proses iklan Kempan Keselamatan Penunggang Motosikal dihasilkan	25
2.5.2 Kepentingan daya kreativiti dalam iklan Kempen	

Keselamatan Penunggang Motosikal	27
2.5.3 Peranan iklan dalam Kempen Keselamatan Jalan Raya	30
2.6 Penggunaan Media Bagi Menyampaikan Mesej Kempen	32
2.6.1 Televisyen	32
2.6.2 Surat khabar dan majalah	33
2.6.3 Siaran radio	34
2.6.4 Papan Iklan / Papan Peraga (billboard)	34
2.6.5 Poster	35
2.6.6 Risalah / brochure	35

BAB 3 DAPATAN KAJIAN

3.0 Analisis Data	40
3.1 Penunggang Motosikal Sebagai Skop Kajian	41
3.1.1 Ciri-ciri responden	41
3.1.2 Pengalaman menunggang motosikal	43
3.1.3 Pengetahuan tentang isu kemalangan jalan raya	46
3.2 Pengaruh Iklan Terhadap Penunggang Motosikal	46
3.2.1 Pengaruh dari segi pemahaman mesej	47
3.2.2 Pengaruh dari segi kreativiti iklan	50
3.2.3 Pengaruh dari segi penggunaan media komunikasi	52
3.2.4 Kesimpulan	53

BAB 4 KESIMPULAN

4.1 Rumusan	54
4.2 Cadangan	56

BIBLIOGRAFI

LAMPIRAN