

## **Penganih Iklan Kepada Remaja Kota**

**(Kajian Kes: Remaja di Kampung Bam, Kuala Lumpur)**

Kepada : **En. Mazlan bin Said**

Ketua Kursus  
Jabatan Seni Reka Grafik  
Kajian Seni Lukis & Seni Reka  
Institut Teknologi MARA  
Shah Alam  
Selangor Darul Ehsan

Disediakan oleh: **Mohamad Harisan bin Ahmad Shah**

Jabatan Seni Reka Grafik  
Kajian Seni Lukis & Seni Reka  
Institut Teknologi MARA  
Shah Alam  
Selangor Darul Ehsan

Penasihat: **En. Mohd Aris bin Abdullah**

Diluluskan oleh:

Ketua Kursus

## **Penghargaan**

Alhamdulillah, syukur kepada Allah s.w.t dengan berkat dan rahmatnya siaplah kini tesis saya yang bertajuk " **Pengaruh Iklan Kepada Remaja Kota (Kajian Kes: Remaja Kampung Baru, Kuala Lumpur "**

Setinggi-tinggi penghargaan dan jutaan terima kasih diucapkan kepada sesiapa sahaja yang terlibat dalam memberikan kerjasama di dalam menjayakan penyiapan tesis ini.

Ucapan terima kasih ini khusus ditujukan kepada para remaja di Kampung Baru, Kuala Lumpur, di atas kesudian dan kerjasama mereka di dalam menangani setiap persoalan yang diajukan berkait rapat dengan tajuk tesis ini.

Penghargaan yang tidak terhingga ini ditujukan istimewa kepada pensyarah yang menjadi penasihat saya, Ketua Kursus dan pensyarah-pensyarah yang turut memberikan jasa baik mereka sehingga terhasillah tesis ini. Tidak lupa juga terima kasih

## Sinopsis

Tujuan utama kajian kes seperti tajuk tesis ini adalah untuk membuktikan bahawa iklan mampu mempengaruhi masyarakat umum, khususnya para remaja. Ini termasuklah unsur-unsur baik mahupun sebaliknya bergantung kepada sesuatu mesej yang ingin disampaikan melalui iklan mereka.

Kajian kes saya telah dispesefikkan disekitar kawasan Kampung Baru, Kuala Lumpur. Remaja Kampung Baru diambil sebagai kajian kes kerana kedudukan Kampung Baru sendiri yang begitu strategik ditengah-tengah kesibukan kota metropolitan Kuala Lumpur.

Kampung Baru mempunyai bilangan penduduk seramai 20,277 mengikut kiraan Permulaan Banci Perangkaan Malaysia. Kesemua penduduknya adalah dari golongan bumiputera. Namun begitu 30% dari penduduknya iaitu 6754 orang adalah remaja.

Kaedah yang saya gunakan adalah melalui pelbagai metodologi iaitu kaedah hipotesis, kajian, Interpretasi, perbandingan dan biografi.

## Methodologi

Menyentuh kaedah atau cara (methodologi) penyediaan tesis ini dibawah tajuk " **Pengaruh Bdn Kepada Remaja Kota (Kajian Kes: Remaja di Kampung Bam, Kuala Lumpur**", penekanan utama lebih bertumpu kepada bahan-bahan rujukan samada diperolehi di perpustakaan, keratan-keratan akhbar, majalah dan sebagainya.

Saya lebih mengutamakan kaedah pertama ini di dalam mengumpul seberapa banyak bahan kajian sebelum mengorak langkah yang seterusnya iaitu dengan mengadakan sesi temuramah dengan Remaja Kampung Baru sendiri.

Sebarang perangkaan sebenar mengenai kedudukan dan soal kependudukan secara tepat perlulah diperolehi terlebih dahulu di Bahagian Perangkaan dan Dewan Orangramai Kampung Baru. Disini barulah kita ketahui andaian atau perangkaan sebenar golongan tua, dewasa, remaja dan kanak-kanak di sekitar kawasan strategik ini.

## **ISI KANDUNGAN**

## **Mukasurat**

Penghargaan	i
Sinopsis	iii
Methodologi	vii
Hipotesis/Permasalahan	x
Senarai Sisipan	xi

### **BAB 1**

1.1 PENDAHULUAN	1
1.2 DEFINISI	3
1.3 SEJARAH RINGKAS IKLAN ZAMAN AWAL	5
1.4 SEJARAH RINGKAS MENGENAI SEJARAH PENGIKLANAN SECARA MENYELURUH	7
1.5 LATARBELAKANG PENGIKLANAN DI MALAYSIA	10

### **BAB 2**

2.1 IKLAN DAN MASYARAKAT	14
2.2 IKLAN DAN REMAJA	18
2.3 JENIS-JENIS MEDIA YANG MENGUTARAKAN IKLAN	20
2.4 BENTUK-BENTUK IKLAN	26

### **BAB 3**

3.1 DEFINISI REMAJA	27
3.2 REMAJA YANG PEKA KEPADA IKLAN	30