

**UNIVERSITI TEKNOLOGI MARA**

**PENGIKLANAN INTERNET DALAM  
PROGRAM *JOM KURUS 1 MALAYSIA***

**NASRUDDIN BIN JAMIL**

Latihan ilmiah ini dikemukakan untuk memenuhi  
sebahagian daripada syarat untuk memperolehi ijazah  
**Sarjana Muda Teknologi Kreatif (Kepujian)**  
**Pengurusan Industri Kreatif**

**Fakulti Filem, Teater dan Animasi**

Mac 2017

**FAKULTI FILEM, TEATER DAN ANIMASI  
UNIVERSITI TEKNOLOGI MARA  
KAMPUS PUNCAK PERDANA  
SHAH ALAM SELANGOR**

SESI : MAC 2017 – JULAI 2017

**DENGAN INI MENGESAHKAN  
NASRUDDIN BIN JAMIL  
2014446568**

**TELAH MEMENUHI SEGALA SYARAT PENULISAN  
LATIHAN ILMIAH YANG TELAH DITETAPKAN  
OLEH JAWATANKUASA AKADEMIK.**

**TARIKH :**

.....

**PENYELIA**

**PUAN DURATUL AIN DOROTHY BINTI JONATHAN LINGGANG**

.....

**DEKAN**

**DATO' PROFESOR DR. A. RAZAK HJ. MOHAIDEEN**

.....

## PENGAKUAN

Saya mengakui bahawa kajian ini adalah hasil kerja saya sendiri kecuali pendapat dan karya-karya pihak lain yang setiap satunya telah saya jelaskan sumbernya. Kajian ilmiah ini juga belum pernah dihantar ke mana-mana institusi akademik atau bukan akademik untuk sebarang ijazah atau kelulusan.

Nama Pelajar : Nasruddin Bin Jamil  
No. Pelajar : 2014446568  
Program : Pengurusan Industri Kreatif  
(FF226)  
Fakulti : Fakulti Filem, Teater dan Animasi  
Tajuk Kajian / Projek : Pengiklanan Internet dalam  
Program Jom Kurus 1 Malaysia  
Tandatangan Pelajar : .....  
Tarikh : Julai 2017

## **ABSTRAK**

Kajian ini memfokuskan kepada pengiklanan internet dalam program Jom Kurus 1 Malaysia (JK1M). Permasalahan kajian merujuk kepada perkembangan pesat teknologi kini antara faktor menyebabkan masyarakat malas bersenam dan Malaysia berada di tangga teratas penghidap obesiti di Asia Tenggara diikuti Thailand dan Singapura. Objektif kajian ini adalah untuk mengenal pasti bentuk promosi yang digunakan oleh program JK1M, mengkaji strategi pengiklanan internet yang digunakan oleh program JK1M dan menganalisis penyertaan dalam program JK1M melalui pengiklanan internet. Kajian ilmiah ini menggunakan kaedah kualitatif dengan kaedah pengumpulan data melalui temu duga, pemerhatian, analisis dokumen dan rakaman audio visual. Oleh itu, kepentingan kajian ini adalah untuk mendapat bukti-bukti yang kukuh untuk membuktikan tahap keberkesanan penggunaan campuran promosi yang digunakan.

## ISI KANDUNGAN

	<b>Muka Surat</b>
<b>PENGESAHAN</b>	ii
<b>PENGAKUAN</b>	iii
<b>ABSTRAK</b>	iv
<b>ABSTRACT</b>	v
<b>PENGHARGAAN</b>	vi
<b>ISI KANDUNGAN</b>	vii

### **PENGENALAN**

Pengenalan	1
Penyataan Masalah	5
Persoalan Kajian	5
Objektif Kajian	6
Kepentingan Kajian	6
Skop dan Limitasi Kajian	6
Kaedah Kajian	7
Struktur Tesis	10
Kesimpulan	11

**BAB SATU:  
PROMOSI CAMPURAN**

Pengenalan	13
Promosi	14
Promosi Campuran	16
Strategi Promosi	23
Kesimpulan	25

**BAB DUA:  
JOM KURUS 1 MALAYSIA**

Pendahuluan	27
Latar belakang responden	28
Latar belakang mengenai Jom Kurus 1 Malaysia	29
Penubuhan Jom Kurus 1 Malaysia	31
Sasaran utama Jom Kurus 1 Malaysia	35
Analisis jumlah penyertaan dalam Program Jom Kurus 1 Malaysia melalui Pengiklanan Internet	36
Skop Aktiviti dalam Perancangan Media oleh Program Jom Kurus 1 Malaysia (JK1M)	37
Panduan dalam Ketelitian Jom Kurus 1 Malaysia Menghasilkan Iklan di Internet	38
Keberkesanan Strategi Promosi Jom Kurus 1 Malaysia melalui Iklan di Internet	39
Perbezaan Program Jom Kurus 1 Malaysia dari musim 1 hingga 8 melalui Promosi	40
Perbezaan Program Jom Kurus 1 Malaysia dari musim 1 hingga 8 melalui Aktiviti	41

Kesimpulan	42
------------	----

**BAB TIGA:  
PENGIKLANAN INTERNET DALAM PROGRAM JOM KURUS 1  
MALAYSIA**

Pendahuluan	43
E-pemasaran	47
Bentuk Pengiklanan yang digunakan bagi tujuan mempromosikan Program Jom Kurus 1 Malaysia (JK1M)	51
Menggunakan Laman Sosial Facebook Sebagai Medium	53
Pengiklanan melalui Internet yang Berkesan	
Kesimpulan	54

**KESIMPULAN**

Pengenalan	55
Kesimpulan Hasil Kajian	56
Limitasi Kajian	58
Cadangan	58

<b>RUJUKAN</b>	60
----------------	----