

Jurnal Komunikasi
Malaysian Journal of Communication
Jilid 29(1) 2013: 127-140

Kempen Pencegahan H1N1: Kajian Tentang Pengetahuan, Sikap Dan Amalan Penduduk Di Timur Laut Pulau Pinang

MOHD HILMI MAHMUD & KAMALIAH HJ. SIARAP
UNIVERSITI SAINS MALAYSIA

Abstrak

Kajian ini bertujuan untuk melihat kesan mesej kempen pencegahan H1N1 yang telah dilaksanakan oleh Kementerian Kesihatan Malaysia (KKM) pada tahun 2009 terhadap pengetahuan, sikap dan amalan penduduk di Timur Laut Pulau Pinang. Dengan menggunakan kerangka teoretikal model KAP (*Knowledge, Attitude, Practices*) dan menggunakan kaedah kuantitatif iaitu kaedah tinjauan, data telah dikutip daripada 401 penduduk yang tinggal di kawasan Timur Laut Pulau Pinang. Kaedah persampelan yang digunakan untuk mendapatkan responden ialah *convenient sampling method*. Dapatan kajian menunjukkan pengetahuan penduduk di daerah Timur Laut Pulau Pinang terhadap mesej kempen pencegahan H1N1 adalah pada tahap yang sederhana. Sikap penduduk di daerah Timur Laut Pulau Pinang terhadap mesej kempen adalah sangat positif dan penduduk juga mengamalkan mesej kempen seperti yang telah disarankan dalam kempen pencegahan H1N1. Di akhir kajian, pengkaji menyarankan kajian yang boleh dijalankan pada masa hadapan seperti melihat kesan mesej kempen pencegahan H1N1 bagi keseluruhan penduduk di Pulau Pinang dengan menggunakan responden dari semua daerah di Pulau Pinang. Kesimpulan, kajian ini telah melihat secara menyeluruh pengetahuan, sikap dan amalan penduduk di daerah Timur Laut Pulau Pinang terhadap mesej kempen. Kempen ini dianggap berjaya.

Kata Kunci: *Kempen pencegahan H1N1; Modal KAP; pengetahuan; sikap dan amalan; Timur Laut Pulau Pinang*

Abstract

The aim of this research is to investigate the effects of the H1N1 prevention campaign messages on knowledge, attitudes and practices of the people in the North East of Penang Island towards H1N1. The campaign was implemented by the Ministry of Health (MOH) in 2009. Using the KAP (Knowledge, Attitude, Practice) model as theoretical framework and quantitative survey method, data were collected from 401 residents living in the Northeast area of Penang Island. Convenient sampling method was used to get the samples. The findings of the study shows that: 1) the level of knowledge of the population in the Northeast area of Penang on H1N1 prevention campaign message is moderate; 2) their attitude towards the campaign messages is very positive, and; 3) they practice the messages of the H1N1 prevention campaign. Finally, the researchers suggest that further studies be conducted on the effect H1N1 prevention campaign messages for the whole population of the State of Penang.

Keywords: *H1N1 prevention campaign; KAP Model; Knowledge; Attitude; Practice; NorthEast Penang*

LATAR BELAKANG

Sejak April tahun 2009 dunia telah dikejutkan dengan sejenis wabak pandemik yang baru dan sangat berbahaya. Wabak ini boleh meragut nyawa mangsa yang dijangkitinya. Umumnya di seluruh pelusuk dunia wabak atau virus ini dikenali sebagai Influenza A dan juga dipanggil H1N1. Virus H1N1 ini sebenarnya adalah virus selsema burung yang telah mengalami evolusi (mutasi) iaitu selepas virus selsema burung ini berjangkit kepada babi dan berkembang serta berubah menjadi virus baru. Proses evolusi terbabit telah menyebabkan virus influenza A berubah dan menjadi lebih berbahaya sekiranya menjangkiti manusia. Virus Influenza A yang telah mengalami evolusi mempunyai pelbagai cara jangkitan dan boleh berubah-ubah mengikut keadaan bergantung kepada persekitaran dari semasa ke semasa (<http://www.bharian.com.my>). Di Malaysia, wabak H1N1 juga dikenali sebagai selsema babi. Wabak ini telah merebak ke seluruh dunia termasuk Malaysia dan telah menyebabkan berlaku kematian kepada mangsa yang dijangkitinya. Di Malaysia, menurut Menteri Kesihatan Malaysia Datuk Seri Liow Tiong Lai sepanjang tahun 2010 jumlah mangsa yang dijangkiti oleh Influenza A adalah seramai 16 061 orang (kes) dan jumlah kematian pula adalah sebanyak 96 orang (Bernama, 2010). Peningkatan jumlah pesakit yang disahkan positif H1N1 adalah ketara iaitu sehingga Julai 2010 jumlah terkumpul adalah 15 380 orang (kes). Jumlah ini telah meningkat sebanyak 681 kes (Ketua Pengarah

Kesihatan Malaysia, 2010).

Kesan daripada peningkatan jumlah mangsa yang dijangkiti oleh virus Influenza A ini telah menyebabkan Pertubuhan Kesihatan Sedunia (WHO) mengeluarkan amaran bahawa jumlah ini akan meningkat dari semasa ke semasa. Peningkatan bilangan kes influenza H1N1 telah mendatangkan kebimbangan kepada pelbagai pihak antaranya kerajaan, pihak bukan kerajaan (NGO), dan rakyat Malaysia. Disebabkan jumlah peningkatan penularan kes H1N1 dalam masa yang agak singkat, Kerajaan Malaysia melalui Kementerian Kesihatan Malaysia telah mengambil inisiatif menjalankan dan melancarkan kempen pencegahan H1N1 bagi mengurangkan dan mengawal penularan kes H1N1 di negara ini.

Kempen secara besar-besaran telah dijalankan mengenai bahaya wabak Influenza A (H1N1) kepada seluruh penduduk Malaysia. Kempen ini dilaksanakan menggunakan media massa seperti media elektronik dan media cetak. Walaupun pelbagai kempen dan amaran telah dilaksanakan oleh Kementerian Kesihatan Malaysia, sikap rakyat yang memandang remeh atau tidak menghiraukan penularan wabak ini amat dikesali. Kini wabak Influenza A (H1N1) telah menjadi penularan atau jangkitan tempatan. (Hassan Abd Rahman, 2009). Walaupun, kempen-kempen yang dibuat oleh Kerajaan Malaysia adalah untuk mendidik, memberi maklumat serta menyedarkan penduduk di Malaysia. Namun tidak semua kempen-kempen tersebut berjaya dan berkesan. Hal ini terbukti apabila terdapat kempen yang dibuat oleh Kerajaan Malaysia di dapati kurang berjaya seperti kempen anti merokok, kempen anti dadah dan kempen kongsi kereta. Kenyataan ini juga disokong oleh Menteri Pembangunan Masyarakat dan Hal Ehwal Pengguna Sabah iaitu Datuk Azizah Mohd. Dun yang menyatakan kempen-kempen sebelum ini kurang berjaya disebabkan ramai tidak menghiraukan mesej yang telah disampaikan (www.utusan.com.my, 2009).

TEORI KAP (PENGETAHUAN, SIKAP DAN AMALAN)

Asas kepada model KAP ialah pengetahuan. Apabila pengetahuan seseorang itu bertambah, maka pengetahuannya akan menjadi pendorong kepadanya untuk berubah sikap. Perubahan yang berlaku akan menyebabkan berlakunya perubahan tingkah laku (amalan) manusia. Model KAP selalunya digunakan dalam bidang pemasaran, kepenggunaan, dan untuk membuat penilaian kempen-kempen kesihatan. Kebanyakan kajian lepas yang dijalankan dalam bidang kesihatan banyak menggunakan Model KAP. Kajian lepas yang mengkaji pengetahuan, sikap dan tingkah laku menggunakan Model KAP misalnya kajian yang dibuat oleh Nijuan et al. (2010) menggunakan Model KAP untuk mengkaji pengetahuan, sikap dan amalan penduduk di Negara China terhadap penyakit H5N1. Model KAP mempunyai tiga elemen yang utama iaitu pengetahuan, sikap dan amalan. Elemen-elemen ini merupakan asas kepada pembentukan Model KAP.

PENGETAHUAN

Pengetahuan ialah komponen kepada model KAP. Pengetahuan merupakan asas kepada perlakuan atau tingkah laku seseorang individu. Tanpa pengetahuan, seseorang itu tidak boleh bertindak terhadap sesuatu maklumat atau isu yang diperolehi. Menurut Fiesbein dan Ajzen (1975) pengetahuan juga dikenali sebagai faktor kognitif di mana pengetahuan merupakan asas yang membina blok-blok dalam struktur pemikiran manusia. Pengetahuan juga berperanan sebagai teras kepada penentuan sikap (attitude), niat (intention) dan tingkah laku (behaviour).

Pendedahan terhadap maklumat yang baru boleh meningkatkan pengetahuan. Menurut Schwartz (dalam Williams, 2008) perubahan tingkah laku berlaku apabila pengetahuan seseorang itu bertambah. Hal ini turut di persetujuan oleh Valente et al. (1998) dan Mahadevan (2009) apabila pengetahuan seseorang bertambah, maka pengetahuan ini akan menjadi pendorong kepada perubahan sikap.

Di sokong oleh Gilchrist (dalam Fernbach, 2002) apabila seseorang itu semakin kerap terdedah kepada sesuatu mesej, dia berkemungkinan dipengaruhi oleh mesej berkenaan. Komponen yang mempengaruhi sikap (attitude) ialah kognitif yang mengandungi pengetahuan dan kepercayaan terhadap sesuatu isu atau maklumat. Menurut Olson dan Zanna (1993), perasaan kasih dan sayang yang mengandungi emosi dan perasaan seseorang terhadap sesuatu isu atau maklumat dan komponen kognitif yang mempunyai kecenderungan untuk bertindak mengikut cara yang tertentu.

Olson dan Zanna (1993) juga menyatakan bahawa proses untuk berfikir (kognitif) akan mempengaruhi seseorang untuk bertindak mengikut perasaan terhadap sesuatu isu atau maklumat yang diperolehinya. Menurut Kuhlemeier, Bergh dan Nijs (1999) dalam Mahadevan (2009) menyatakan komponen pengetahuan memainkan peranan yang penting untuk membantu manusia bagi melihat persekitaran dengan lebih fokus.

Apabila tindakan melihat sesuatu mesej kempen pencegahan H1N1, maka tindakan ini akan mempengaruhi pengetahuan. Hal ini disokong oleh Cottrell dan Gracefe (1997) yang menyatakan bahawa pengetahuan memainkan peranan yang penting untuk memperkenalkan faktor perhatian (sikap) terhadap kempen pencegahan H1N1. Apabila kempen pencegahan H1N1 dilihat oleh seseorang individu, maka seseorang itu akan menarik perhatian yang berada di sekeliling.

SIKAP

Menurut Fiesbien dan Ajzen (1975), sikap manusia boleh dijelaskan sebagai satu bentuk kecenderungan untuk manusia bertindak secara konsisten terhadap sesuatu objek atau situasi. Kecenderungan tersebut merujuk kepada keadaan seseorang bertindak terhadap mesej atau pengetahuan yang diperolehi.

Menurut Doob (1967) dalam Mahadevan Krishnan (2009), tin-

dakan yang dilakukan oleh seseorang adalah belajar daripada paksaan ataupun dengan diri sendiri dan juga mempunyai kaitan dengan faktor kognitif apabila merujuk kepada perasaan atau tindak balas psikologi. Untuk memahami tindakan psikologi, jelas bahawa pengetahuan faktor penyebab yang membina sikap terhadap sesuatu (Mahadevan, 2009).

Menurut Opatow dan Clayton (1994) dalam Mahadevan Krishnan (2009), sikap (attitude) adalah hasil daripada perbuatan melihat sesuatu dengan memberi sepenuh perhatian seperti melihat kempen pencegahan H1N1 yang terdapat di dalam media massa. Selain itu, Gilchrist (dalam Fernbach, 2002) menyatakan semakin kerap pendedahan terhadap sesuatu mesej, semakin besar kemungkinan dipengaruhi oleh mesej berkenaan. Pengaruh sesuatu kempen boleh menjadi positif dan negatif.

Sikap seseorang individu berubah akan mendorong kepada perubahan tingkah laku. Hal ini terjadi apabila tingkah laku manusia yang mempunyai kaitan dengan sikap. Apabila sikap telah berubah, maka tingkah laku manusia secara tidak langsung akan berubah. Hal ini disokong oleh Schwartz (1975) yang menyatakan bahawa perubahan tingkah laku berlaku apabila pengetahuan bertambah. Jika pengetahuan seseorang itu bertambah, maka perubahan sikap akan berlaku dan secara tidak langsung tingkah laku juga akan berubah (dalam Williams, 2008).

Ringkasnya bahawa sikap terhadap kempen pencegahan H1N1 adalah sikap terhadap mesej kempen pencegahan H1N1 itu sendiri yang memberikan pilihan untuk bertindak secara positif ataupun sebaliknya terhadap kempen pencegahan H1N1 berkenaan. Apabila seseorang individu melihat kempen pencegahan H1N1, maka potensi untuk berubah sikap adalah besar dan kemungkinan boleh berubah ke arah positif atau sebaliknya.

AMALAN

Amalan (practices) juga dikenali sebagai tingkah laku (behaviour) seseorang berdasarkan kepada pengetahuan yang telah mereka perolehi. Amalan yang dilakukan adalah hasil daripada pengetahuan yang bertambah dalam diri seseorang. Menurut Kaliyaperumal (2004), amalan merujuk kepada cara-cara di mana seseorang itu menunjukkan pengetahuan mereka melalui tindakan yang mereka lakukan.

Apabila seseorang itu memahami pengetahuan dengan lebih mendalam, sikap dan amalan membolehkan tindakan yang lebih baik dilakukan bagi mewujudkan proses kesedaran (Kaliyaperumal, 2004). Setelah tahap pengetahuan seseorang itu bertambah, maka sikap dan amalan juga akan berubah menjadi positif.

Hal ini di sokong oleh Valente et al (1998) menyatakan penglibatan yang tinggi dalam sesuatu situasi iaitu dengan mempelajari sesuatu yang baru akan membentuk sikap yang positif dan kemudian akan memulakan perilaku (amalan).

Perilaku yang dilakukan adalah merujuk kepada amalan yang dilakukan setelah pengetahuan bertambah. Menurut Perron dan Endres (1985) pengkaji-pengkaji lepas telah menemui bahawa pengetahuan dan amalan mempunyai hubungan yang rapat (dalam Williams, C.P. 2008).

Hubungan pengetahuan dengan amalan menunjukkan bahawa pengetahuan yang bertambah boleh menyebabkan sikap seseorang itu berubah menjadi positif serta bertindak mengikut pengetahuan yang diperolehi. Sebagai contoh, apabila seseorang terdedah kepada kempen pencegahan H1N1, pengetahuan seseorang akan bertambah dan sikap juga akan berubah menjadi positif iaitu mempersetujui mesej yang disampaikan. Pengkaji mengandaikan apabila pengetahuan bertambah, sikap juga akan berubah menjadi positif dan amalan (tingkah laku) juga akan berubah mengikut pengetahuan yang diperolehi seseorang itu.

KAEDAH KAJIAN DAN PERSAMPELAN KAJIAN

Kajian ini menggunakan kaedah tinjauan yang menggunakan borang soal selidik. Teknik persampelan mudah digunakan bagi mendapatkan responden kajian. Seramai 401 responden diperolehi dari kawasan Timur Laut Pulau Pinang untuk dijadikan responden kajian.

Latar belakang demografi dan sosio ekonomi responden merangkumi taburan mengikut jantina, umur, bangsa, taraf pendidikan, dan golongan pekerjaan/pelajar. Majoriti responden kajian ini adalah berumur antara 13 hingga 20 tahun iaitu sebanyak 43.4%. Diikuti oleh responden yang berumur antara 21 hingga 30 tahun iaitu sebanyak 31.92 %, seterusnya diikuti oleh responden yang berumur dalam lingkungan umur 31-40 tahun adalah sebanyak 15.96%, responden yang berada dalam lingkungan umur 41-50 tahun sebanyak 7.23% dan baki sebanyak 1.49% adalah dalam lingkungan umur 51-60 tahun. Nilai purata (min) dan sisihan piawai(SD) bagi umur responden adalah sebanyak 25.7 (9.66). Selanjutnya seperti yang dipaparkan dalam jadual 1.

Dari 401 responden, seramai 132 orang iaitu 32.9% adalah responden lelaki dan responden perempuan adalah seramai 269 orang iaitu sebanyak 67.1% seperti yang dipaparkan dalam jadual 1. Pengkaji tidak menetapkan jumlah responden lelaki mahupun perempuan. Hal ini adalah kerana kajian ini tidak melihat kepada perbezaan jantina.

Dalam kajian ini, pengkaji menggunakan responden yang pelbagai bangsa iaitu Melayu, Cina, India dan bangsa lain-lain. Bangsa Melayu adalah yang paling ramai menjadi responden kajian ini iaitu sebanyak 63.3%, Diikuti dengan bangsa Cina iaitu sebanyak 20.2%, seterusnya adalah bangsa India iaitu sebanyak 15.7% dan lain-lain bangsa iaitu sebanyak 0.5%. Pengkaji juga tidak menetapkan batasan jumlah setiap bangsa. hal ini adalah kerana, pengkaji tidak melihat perbezaan bangsa.

Kajian ini juga mengambilkira taraf pendidikan responden. Dapatan kajian menunjukkan sebanyak 55.4% responden ini adalah golongan yang berpendidikan tinggi. Diikuti dengan responden yang berpendidikan sekolah

menengah sebanyak 42.4%, seterusnya responden yang berpendidikan sekolah rendah adalah sebanyak 1.7 % dan responden yang mempunyai taraf pendidikan lain selain dari yang disebut di atas adalah sebanyak 0.2%.

Dalam kajian ini juga, responden adalah terdiri daripada golongan pekerja sektor swasta, sektor kerajaan, pelajar sekolah menengah dan pelajar Institut Pengajian Tinggi Awam dan Swasta (IPTA/IPTS). Bagi pekerja swasta yang menjadi responden kajian adalah sebanyak 24.4%, manakala pekerja yang memegang jawatan di sektor awam adalah sebanyak 25.2%. Bagi responden yang masih bersekolah di sekolah menengah dan IPTA/IPTS masing-masing adalah sebanyak 25.2% seperti yang dipaparkan dalam jadual 1.

Jadual 1 : Taburan demografik responden

Demografi	Frekuensi(n=401)	Peratus
Umur:		
13 – 20 tahun	174	43.4
21 – 30 tahun	128	31.92
31 – 40 tahun	64	15.96
41 – 50 tahun	29	7.23
51 – 60 tahun	6	1.49
Jantina		
Lelaki	132	32.9
Perempuan	269	67.1
Bangsa		
Melayu	254	63.3
Cina	81	20.2
India	63	15.7
Lain-lain	3	0.7
Taraf Pendidikan		
Sekolah Rendah	7	1.7
Sekolah Menengah	170	42.4
Pendidikan Tinggi	222	55.4
Lain-lain	2	0.5
Pekerjaan/Pelajar		
Kerajaan	101	25.2
Swasta	98	24.4
Sekolah Menengah	101	25.2
IPTA/IPTS	101	25.2

Jadual 2 di bawah menunjukkan tahap pengetahuan responden terhadap mesej kempen pencegahan H1N1 mengikut kumpulan umur. Jumlah keseluruhan responden kajian adalah seramai 401 orang. Seramai 66.8 (%) adalah terdiri dari

kumpulan 1 (13-28 tahun), 26.2(%) adalah terdiri dari kumpulan 2 (29-44 tahun) dan 7.0(%) adalah terdiri dari kumpulan 3 (45-60 tahun). Analisis Khi-ganda dua adalah 20.965 dan signifikan pada tahap 0.05 ($p=0.00$). Ini membuktikan terdapat hubungan yang signifikan di antara tahap pengetahuan dan kumpulan umur. Oleh yang demikian, dapatlah disimpulkan bahawa faktor umur mempengaruhi tahap pengetahuan responden.

Jadual 2 di bawah menunjukkan tahap sikap responden terhadap mesej kempen pencegahan H1N1 mengikut kumpulan umur. Jumlah keseluruhan responden kajian adalah seramai 401 orang. Seramai 66.8 (%) adalah terdiri dari kumpulan 1 (13-28 tahun), 26.2(%) adalah terdiri dari kumpulan 2 (29-44 tahun) dan 7.0(%) adalah terdiri dari kumpulan 3 (45-60 tahun). Analisis Khi-ganda dua adalah 3.110 dan tidak signifikan pada tahap 0.05 tetapi signifikan pada tahap 0.5 ($p=0.54$). Ini membuktikan tiada perhubungan yang signifikan di antara tahap sikap responden dan kumpulan umur. Oleh yang demikian, dapatlah disimpulkan bahawa faktor umur tidak mempengaruhi tahap sikap responden.

Jadual 2 di bawah menunjukkan tahap amalan responden terhadap mesej kempen pencegahan H1N1 mengikut kumpulan umur. Jumlah keseluruhan responden kajian adalah seramai 401 orang. Seramai 66.8 (%) adalah terdiri dari kumpulan 1 (13-28 tahun), 26.2(%) adalah terdiri dari kumpulan 2 (29-44 tahun) dan 7.0(%) adalah terdiri dari kumpulan 3 (45-60 tahun). Analisis Khi-ganda dua adalah 1.564 dan tidak signifikan pada tahap 0.05 tetapi signifikan pada tahap 0.8 ($p=0.81$). Ini membuktikan tiada perhubungan yang signifikan di antara tahap amalan responden dan kumpulan umur. Oleh yang demikian, dapatlah disimpulkan bahawa faktor umur tidak mempengaruhi tahap amalan responden.

Jadual 2: Analisis Khi-ganda dua bagi tahap pengetahuan, sikap dan amalan mengikut peringkat umur.

(n=401)				
Tahap	Rendah (%)	Sederhana (%)	Tinggi (%)	Jumlah (%)
PENGETAHUAN				
Kumpulan A	30.9	25.4	10.5	66.8
Kumpulan B	8.2	8.2	9.7	26.2
Kumpulan C	3.0	2.2	1.7	7.0
Chi-Square= 20.965, $p=0.000$				
SIKAP				
Kumpulan A	28.9	19.0	19.0	66.8
Kumpulan B	10.2	9.0	7.0	26.2
Kumpulan C	2.2	2.0	2.7	7.0

Chi-Square=3.110, p=0.540

AMALAN

Kumpulan A	22.9	23.2	20.7	66.8
Kumpulan B	7.7	9.2	9.2	26.2
Kumpulan C	2.7	2.0	2.2	7.0

Chi-Square=1.564, p=0.815

PENGUJIAN HIPOTESIS

Hipotesis- hipotesis yang diuji dalam kajian ini adalah seperti berikut:

H 1: *Terdapat hubungan yang positif antara pengetahuan dan sikap individu terhadap mesej kempen pencegahan H1N1.*

Hipotesis ini diuji menggunakan Korelasi Partial dan umur responden dikawal. Hasil pengujian menunjukkan terdapat hubungan yang positif yang signifikan antara pengetahuan dan sikap penduduk terhadap mesej kempen pencegahan H1N1. Nilai hubungan adalah $r=0.111$ dan $p=0.026$. Hipotesis ini gagal ditolak.

H 2: *Terdapat hubungan yang positif antara sikap dan amalan individu dalam mempraktikkan mesej kempen pencegahan H1N1.*

Hipotesis ini diuji menggunakan Korelasi Partial dan umur responden dikawal. Hasil pengujian menunjukkan terdapat hubungan yang positif yang signifikan antara sikap dan amalan penduduk dalam mempraktikkan mesej kempen pencegahan H1N1. Nilai hubungan adalah $r=0.311$ dan $p=0.000$. Hipotesis ini gagal ditolak.

H 3: *Terdapat hubungan yang positif antara pengetahuan dan amalan individu dalam mempraktikkan mesej kempen pencegahan H1N1.*

Hipotesis ini diuji menggunakan Korelasi Partial dan umur responden dikawal. Hasil pengujian menunjukkan terdapat hubungan yang positif yang signifikan antara pengetahuan dan amalan penduduk dalam mempraktikkan mesej kempen pencegahan H1N1. Nilai hubungan adalah $r=0.142$ dan $p=0.004$. Hipotesis ini gagal ditolak.

H 4: *Sikap dan faktor umur mempengaruhi perhubungan antara pengetahuan dan amalan.*

Sikap dan faktor umur mempengaruhi perhubungan di antara pengetahuan dan amalan. Hipotesis diuji menggunakan Korelasi Partial untuk melihat samada sikap mempengaruhi pengetahuan dan amalan. Hasil pengujian menunjukkan terdapat hubungan yang signifikan antara pengetahuan dan

amalan di mana nilai $r=0.114$ dan $p=0.023$. Nilai hubungan yang signifikan menggambarkan bahawa faktor umur dan sikap memang mempengaruhi pengetahuan dan amalan penduduk terhadap mesej kempen pencegahan H1N1. Oleh itu, hipotesis ini gagal ditolak.

Jadual 3: Analisis Korelasi Pearson dan Korelasi Partial.

Hipotesis	r	p
Pengetahuan – Sikap	0.111	0.026
Sikap – Amalan	0.311	0.000
Pengetahuan – Amalan	0.142	0.004
Pengetahuan – Sikap – Amalan	0.114	0.023

Hubungan adalah signifikan pada aras * $p < 0.05$, ** $p < 0.01$ (2-tailed)

PERBINCANGAN

Hasil dapatan kajian menunjukkan pengetahuan penduduk di daerah Timur Laut Pulau Pinang berada pada tahap yang sederhana. Hal ini dapat dilihat apabila seramai 243 orang responden memperoleh skor antara 41-60 markah. Ini membuktikan bahawa penduduk di daerah Timur Laut Pulau Pinang mempunyai tahap pengetahuan yang sederhana tentang mesej kempen pencegahan H1N1. Dalam pada itu, hasil kajian menunjukkan pengetahuan kumpulan yang berumur 29-44 tahun mempunyai pengetahuan yang paling tinggi tentang mesej kempen pencegahan H1N1 berbanding kumpulan umur 13-28 tahun dan 45-60 tahun. Hal ini dapat dilihat seramai 9.7 peratus responden yang berumur 29-44 tahun memperoleh markah 61-100. Kumpulan umur yang paling kurang berpengetahuan terhadap mesej kempen pencegahan H1N1 adalah 45-60 tahun. Ini dapat dilihat apabila seramai 3 peratus daripada 7 peratus memperoleh skor kurang daripada 50 markah.

Hasil dapatan kajian menunjukkan secara keseluruhan sikap penduduk adalah pada tahap yang sederhana. Hal ini terbukti apabila seramai 19 peratus responden yang berumur 13-28 tahun, 9.0 peratus responden berumur 29-44 tahun, dan 2.0 peratus responden yang berumur 45-60 tahun bersetuju dengan mesej kempen yang disampaikan. Jika dilihat mengikut kumpulan umur, responden yang berumur 45-60 tahun mempunyai tahap sikap yang sangat baik apabila seramai 2.7 peratus responden memilih sangat bersetuju dengan mesej kempen pencegahan H1N1. Manakala responden yang mempunyai tahap sikap paling kurang adalah responden yang berumur 13-28 tahun, seramai 28.9 peratus memilih tidak bersetuju dengan mesej kempen pencegahan H1N1.

Hasil dapatan kajian menunjukkan amalan penduduk di daerah Timur Laut Pulau Pinang terhadap mesej kempen pencegahan H1N1 berada pada tahap sederhana.

Hal ini terbukti apabila seramai 23.2 peratus responden berumur 13-28 tahun, 9.2 peratus responden yang berumur 29-44 tahun dan 2.0 peratus responden yang berumur 45-60 tahun memilih bersetuju dengan amalan yang disarankan oleh mesej kempen pencegahan H1N1. Jika dilihat mengikut kumpulan umur, responden yang berumur 45-60 tahun paling tinggi mengamalkan saranan mesej kempen pencegahan H1N1 apabila seramai 2.2 peratus daripada 7.0 peratus memilih sangat bersetuju dengan mesej kempen pencegahan H1N1. Manakala responden yang berumur berumur 13-28 tahun adalah golongan atau kumpulan yang paling kurang mengamalkan saranan mesej kempen pencegahan H1N1.

RUMUSAN KAJIAN

Secara kesimpulannya, pengkaji mendapati kempen pencegahan H1N1 adalah berkesan dan berjaya. Hal ini terbukti dimana pengetahuan penduduk di daerah Timur Laut Pulau Pinang terhadap mesej kempen pencegahan H1N1 pada tahap sederhana. Pendedahan mesej kempen H1N1 melalui televisyen telah meningkatkan pengetahuan penduduk di Daerah Timur Laut Pulau Pinang. Pendedahan ini telah menyebabkan sikap penduduk juga berubah menjadi positif. Sikap penduduk menjadi positif dapat dibuktikan apabila pengkaji mendapati seramai 342 penduduk di daerah Timur Laut Pulau Pinang mempercayai mesej kempen pencegahan H1N1. Kepercayaan penduduk terhadap mesej kempen pencegahan H1N1 dapat dilihat apabila mereka mengamalkan saranan kempen pencegahan H1N1. Amalan yang paling kerap dipraktikkan oleh penduduk di daerah Timur Laut Pulau Pinang bagi mencegah H1N1 adalah mencuci tangan setiap kali menyentuh permukaan yang tercemar. Hasil kajian ini telah menjawab keempat-empat persoalan kajian.

BIODATA

Mohd Hilmi Bin Mahmud adalah Pembantu Penyelidik di Pusat Pengajian Ilmu Pendidikan Universiti Sains Malaysia (USM) Penang. Beliau memegang Ijazah Sarjana Muda Pengajian Bahasa Inggeris (USM) dan Ijazah Sarjana Sastera (Komunikasi) dari Universiti Sains Malaysia. Bidang penyelidikan beliau termasuklah pengiklanan, kempen komunikasi dan bahasa. **Kamaliah Binti Haji Siarap** adalah pensyarah kanan di Pusat Pengajian Komunikasi Universiti Sains Malaysia. Beliau memegang Ijazah Sarjana Muda Sastera (UKM) dan Ijazah Sarjana di Universiti Lowe State. Bidang penyelidikan beliau adalah pengiklanan, perhubungan awam, dan kewartawanan.

RUJUKAN

- Bahagian Pendidikan Kesihatan (2010) <http://www.infosihat.gov.my> (akses pada 20 Oktober 2010)
- Basu, A. & Wang, J. (2009). The Role of Branding in Public Health campaigns, *Journal of communication Management*, Vol. 13, No. 1, pp. 77-91.
- Baxter, L. A & Babbie, E. (2004). *The Basics of Communication Research*, Belmont: Wadsworth/Thomson Learning.
- Bernama (2009) <http://www.bernama.com> (akses pada 12 Oktober 2009)
- Bian, J.Y., Zhang, B.X. & Rong, W.S. (1995). Evaluating The Social Impact and Effectiveness of Four-Year “Love Teeth Day” Campaign in China, *Advances in Dental Research*, Vol. 9, No. 2, pp.130-133.
- Campo, S., Askelso, N.M., Routsong, T., Graaf, L.J., Losch, M., & Smith, H. (2008). The Green Acres Effect: The Need for a New Colorectal Cancer Screening Campaign Tailored to Rural Audiences, *Health Education & Behavior*, Vol 35, No. 6, pp.749-762.
- Chen, J.Q., Dunne, M.P., & Zhao, D.C. (2004). HIV/AIDS Prevention: Knowledge, Attitudes and Education Practices of Secondary School Health Personnel in 14 Cities of China, *Asia-Pacific Journal of Public Health*, Vol.16, No 1, pp.9-14.
- De Vreese C. H. & Boomgaarden H.G (2006). Media Message Flows and Interpersonal Communication: The Conditional Nature of Effects on Public Opinion, *Communication Research*, Vol. 33, No. 1, pp.19-37.
- Fall, L.T. (2004). The Increasing Role of Public Relations as a Crisis Management Function: An Empirical Examination of Communication Restrategising Efforts Among Destination Organisation Managers in The Wake of 11th September, 2001, *Journal of Vacation Marketing*, Vol. 10, No. 3, pp. 238-252.
- Farizah, H., Ong, C.S., Anwar, S., Tsung, T.W., Mohd Azhar, A.A., Sundaraj, C., & Soe, M. (2003). A Knowledge, Attitude and Practices (KAP) study on Dengue among Selected Rural Communities in the Kuala Kangsar District, *Asia-Pacific Journal of Public Health*, Vol. 15, No.1, pp. 37-43.
- Fernbach, M. (2002). The Impact of a Media campaign on Cervical screening Knowledge and Self-efficacy, *Journal of Health Psychology*, Vol. 7, No. 1, pp.85-97.
- Fishbein, M. & Ajzen, I (1975). *Belief, Attitude, Intention and Behavior : An Introduction to Theory and Research*, New York: Addison-Wesley Publishing Company.
- Gunter, B. (2000). *Media Research Methods: Measuring Audiences, Reactions and Impact*, London: Sage Publications.
- Hajikazemi, F., Oskuie, F., Mohseny, S. H., Nikpour, S., & Haghany, H. (2008). The Relationship between Knowledge, Attitude, and Practice of Pregnant Women about Oral and Dental Care, *European Journal of*

Scientific Research, Vol.24, No. 4, pp.556-562.

- Hosman, L. A. & Siltanen, S. A. (2006). Powerful and Powerless Language Forms: Their Consequences for Impression Formation, Attributions of Control of Self and Control of Others, Cognitive Responses, and Message Memory, *Journal of Language and Social Psychology*, Vol. 25, No. 1, pp.33-46.
- <http://h1n1.moh.gov.my> (akses pada 12 Oktober 2009)
- <http://h1n1.moh.gov.my/FaktaH1N1.php> (akses pada 12 Oktober 2009)
- <http://h1n1.moh.gov.my/KenyataanAkhbarTerkini.php> (akses pada 12 Oktober 2009)
- <http://thestar.com.my/news/story.asp> (akses pada 7 Oktober 2009)
- <http://www.bharian.com.my>(akses pada 8 Oktober 2009)
- <http://www.imr.gov.my/org/viro.htm> (akses pada 10 November 2009)
- <http://www.utusan.com.my/utusan> (akses pada 6 Oktober 2009)
- http://www.who.int/csr/don/2009_10_02/en/index.html (akses pada 12 Oktober 2009)
- http://www.who.int/csr/don/2009_10_09/en/index.html (akses pada 12 Oktober 2009)
- <http://www.searo.who.int> (akses pada 12 Oktober 2009)
- Jagdish, S.S (1978). *Knowledge Its Origin and Growth*. Maujpur, New Delhi: Sterling Publishers.
- Kaliyaperumal, K., I.E.C. Expert, & Diabetic Retinopathy Project (2004). Guideline for Conducting a Knowledge, Attitude and Practice (KAP) Study, *AECS Illumination*, Vol. 4, No.1, pp 7-9.
- Kelley, M. P. (2009). Social Differences in Populations and Their Implications for Public Health, *Perspectives in Public Health*, Vol. 129, No. 5, pp.207-208.
- Kementerian Kesihatan Malaysia (2009) <http://h1n1.moh.gov.my> (akses pada 12 Oktober 2009).
- Kementerian Kesihatan Malaysia (2010) <http://h1n1.moh.gov.my/KATerkini.php> (akses pada 12 Disember 2010).
- Mahadevan Krishnan (2009). Knowledge, Attitude and Willingness to Adopt Environmentally Responsible Behaviours: A Survey Among Students of Universiti Sains Malaysia. MA tesis, School of Communication, Universiti Sains Malaysia.
- Ogawa, H., Soe, P., Myint, B., Sein, K., Kvaing, M.M., Maw, K.K., Oo, H.M., Murai, M., & Miyazaki (2003). A Pilot Study of Dental Caries Status in relation to Knowledge, Attitudes and Practices in Oral Health in Myanmar, *Asia-Pacific Journal of Public Health*, Vol. 15, No 2, pp. 111-117.
- Ong Choon Kim (1999). Pengetahuan, Sikap Dan Amalan Golongan Terpilih Terhadap Pemakanan Untuk Kesihatan (Knowledge, Attitudes And Practices Of The Selected Groups Towards Healthy Eating Diet). MA

thesis, School of Communication, Universiti Sains Malaysia.

- Oskamp, S (1997). *Attitudes and Opinions*. Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice Hall Inc.
- Pallant, J. (2005). *SPSS Survival Manual: A Step by Step Guide to Data Analysis Using SPSS*. Sydney: Ligare.
- Perlman, D., & Cozby, P.C (1983). *Social Psychology*, New York, N.Y: CBS College Publishing.
- Price, V (1992). *Communication Concepts 4: Public Opinions*. Newbury Park, CA: Sage.
- Sagala, J.K. (2008). HIV/AIDS Prevention Strategies in the Armed Forces in Sub-Saharan Africa: A Critical Review, *Armed Forces & Society*, Vol. 34, No. 2, pp.292-313.
- Sehmel, H. (2002). Websites and Advocacy Campaigns: Making, Implementation, and Audience in an environmental Advocacy Group's Use of Websites as Part of Its Communication Campaigns, *Business Communication Quarterly*, Vol. 65, No 2, pp.100-107.
- Shimbuli, F., Oyedokun, C., McNally, A., and Polytechnic of Namibia. (2009). The Impact of The HIV/AIDS Awareness Campaign on Knowledge, Attitudes, Beliefs, Sexual Behaviour Change and Confidence in Sexual Practices, *Nawa Journal of Language and Communication*, Vol. 3, No.1, pp. 81-100.
- Smith, B.J., Bauman, McKenzie, J., & Thomas, M. (2005). Awareness of Message Source and its association with the Impacts of Sun Protection Campaigns in Australia, *Health Education*, Vol 105, No 1, pp. 42-45.
- Stratta, P., Cremona, R., Lazzarich, E., Quaglia, M., Fenoglio, R. & Canavese, C. (2008). Letter to The Editor: Life-Threatening Systemic Flare-up Systemic Lupus Erythematosus Following Influenza Vaccination, *Lupus*, Vol 17, No. 1, pp.67-68.
- Sudershan, R.V., Subba Rao, G.M., Pratima Roa, Vardhana Roa, M.V., & Polasa, K. (2008). Knowledge and Practices of Food Safety Regulators in Southern India, *Nutrition & Food Science*, Vol. 38, No.2, pp. 110-120.
- Syed Arabi Idid (1992). *Kaedah Penyelidikan Komunikasi dan Sains Sosial*, Dewan Bahasa dan Pustaka.
- Valente, T., Paredes, P., & Poppe, P. (1998). Matching the message to the process: The relative ordering of knowledge, attitudes, and practices in behavior change research, *Human Communication Research*, Vol. 24, No. 3, pp 366–385.
- White, R. M. (2005). Re-emerging Infections: Part 4: Respiratory Infections, *British Journal of Infection Control*, Vol. 6, No. 2, pp.13-15.
- Werner Erik L. (2008). Media Campaign for Improving Knowledge, Attitude and Practice in Low Back Pain. Dr Med Dissertation, University of Bergen.