

Februari 2009



LAPORAN AKHIR

Kajian Penilaian Kempen Media Cara Hidup Sihat 2007

Disediakan Untuk :

Bahagian Pendidikan Kesihatan (BPK), Kementerian Kesihatan Malaysia
Putrajaya, Malaysia



Disediakan Oleh :

IIUM Entrepreneurship and Consultancies Sdn. Bhd.
International Islamic University, Malaysia



**Kajian Penilaian Kempen Media Cara Hidup Sihat
2007
(Kementerian Kesihatan Malaysia)**

Oleh:

Assoc. Prof. Dr. Azmuddin Ibrahim

Assoc. Prof. Dr. Saodah Wok

Asst. Prof. Dr. Hariyati Shahrina Abdul Majid

Sr. Mimi Iznita Mohamed Iqbal

Kandungan

Bab	M/surat
Kandungan	1
Senarai Rajah	13
1.0 PENGENALAN.....	23
2.0 SOROTAN LITERATUR	24
2.1 Pengenalan.....	24
2.2 Peranan Media dalam Kempen	25
2.3 Kempen Gaya Hidup Sihat	26
2.4 Kaedah Kempen Gaya Hidup Sihat di Media	27
2.4.1 Iklan Aktiviti Fizikal.....	27
2.4.2 Iklan Pemakanan Sihat.....	28
2.4.3 Iklan Menangani Stres Secara Efektif	29
2.4.4 Iklan Penolakan Alkohol	30
2.5 Hasil Kajian Yang Lalu.....	31
3.0 OBJEKTIF KAJIAN DAN SPESIFIKASI TENDER	33
3.1 Objektif Kajian.....	33
3.2 Spesifikasi Tender	33
4.0 KONSEPTUALISASI DAN OPERASIONALISASI ANGKUBAH.....	34
5.0 METODOLOGI KAJIAN	35
5.1 Prosedur.....	35
5.1.1 Pemilihan Sampel Secara Rawak	35
5.1.2 Persampelan	35
5.2 Saiz Sampel.....	36
5.3 Instrumen Kajian	36
5.4 Pengumpulan Data	36
5.4.1 Kursus Pembanci.....	36
5.4.2 Pengendalian Borang Soal Selidik	37
5.5 Analisis Data	37

6.0	HASIL KAJIAN	38
6.1	Ciri-ciri Demografik	38
6.1.1	Responden Mengikut Jantina	38
6.1.2	Responden Mengikut Umur	38
6.1.3	Responden Mengikut Bangsa.....	39
6.1.4	Responden Mengikut Kawasan	39
6.1.5	Responden Mengikut Negeri	40
6.1.6	Responden Mengikut Agama.....	40
6.1.7	Responden Mengikut Status Perkahwinan.....	41
6.1.8	Responden Mengikut Taraf Pendidikan.....	41
6.1.9	Responden Mengikut Sektor Pekerjaan	42
6.1.9a	Responden Mengikut Pelbagai Sektor	43
6.1.10	Responden Mengikut Pendapatan Bulanan	43
6.1.11	Responden Mengikut Diagnostik Penyakit	44
6.2	Pendedahan Media.....	45
6.2.1	Pendedahan Mengikut Jenis Media.....	45
6.2.2	Kesedaran Kempen Melalui Media.....	46
6.2.3	Minat Mencari Maklumat Tambahan	46
7.0	AKTIVITI FIZIKAL	47
7.1	Kesedaran Terhadap Iklan Aktiviti Fizikal Mengikut Media	47
7.2	Pendedahan Terhadap Iklan Aktiviti Fizikal Melalui Televisyen.....	47
7.2.1	Pendedahan Terhadap Iklan Aktiviti Fizikal Mengikut Saluran Televisyen	47
7.2.2	Kekerapan Menonton Iklan Aktiviti Fizikal Melalui Televisyen	48
7.2.3	Penilaian Terhadap Persembahan Iklan Aktiviti Fizikal Melalui Televisyen.....	48
7.2.4	Penilaian Terhadap Waktu Siaran Iklan Aktiviti Fizikal Melalui Televisyen.....	49
7.2.5	Minat Terhadap Persembahan Iklan Aktiviti Fizikal Melalui Televisyen Mengikut Jantina.....	49
7.2.6	Minat Terhadap Waktu Siaran Iklan Aktiviti Fizikal Melalui Televisyen Mengikut Jantina	50
7.2.7	Minat Terhadap Persembahan Iklan Aktiviti Fizikal Melalui Televisyen Mengikut Umur	51
7.2.8	Minat Terhadap Waktu Siaran Iklan Aktiviti Fizikal Melalui Televisyen Mengikut Umur	52
7.2.9	Minat Terhadap Persembahan Iklan Aktiviti Fizikal Melalui Televisyen Mengikut Bangsa	53
7.2.10	Minat Terhadap Waktu Siaran Iklan Aktiviti Fizikal Melalui Televisyen Mengikut Bangsa.....	54
7.2.11	Minat Terhadap Persembahan Iklan Aktiviti Fizikal Melalui Televisyen Mengikut Kawasan	55
7.2.12	Minat Terhadap Waktu Siaran Iklan Aktiviti Fizikal Melalui Televisyen Mengikut Kawasan	56
7.3	Pendedahan Terhadap Iklan Aktiviti Fizikal Melalui Suratkhbar	57
7.3.1	Pendedahan Terhadap Iklan Aktiviti Fizikal Mengikut Jenis Suratkhbar.....	57
7.3.2	Kekerapan Membaca Iklan Aktiviti Fizikal Melalui Suratkhbar	57
7.3.3	Penilaian Terhadap Persembahan Iklan Aktiviti Fizikal Melalui Suratkhbar	58
7.3.4	Penilaian Terhadap Rekabentuk Iklan Aktiviti Fizikal Melalui Suratkhbar.....	58

7.3.5	Penilaian Terhadap Terbitan Aktiviti Fizikal Melalui Suratkhobar	59
7.3.6	Minat Terhadap Persembahan Iklan Suratkhobar Mengikut Jantina	59
7.3.7	Minat Terhadap Rekabentuk Iklan Aktiviti Fizikal Melalui Suratkhobar Mengikut Jantina	60
7.3.8	Minat Terhadap Terbitan Iklan Aktiviti Fizikal Melalui Suratkhobar Mengikut Jantina	61
7.3.9	Minat Terhadap Persembahan Iklan Aktiviti Fizikal Melalui Suratkhobar Mengikut Umur	62
7.3.10	Minat Terhadap Rekabentuk Iklan Aktiviti Fizikal Melalui Suratkhobar Mengikut Umur	63
7.3.11	Minat Terhadap Terbitan Iklan Aktiviti Fizikal Melalui Suratkhobar Mengikut Umur	64
7.3.12	Minat Terhadap Persembahan Iklan Aktiviti Fizikal Melalui Suratkhobar Mengikut Bangsa	65
7.3.13	Minat Terhadap Rekabentuk Iklan Aktiviti Fizikal Melalui Suratkhobar Mengikut Bangsa	66
7.3.14	Minat Terhadap Terbitan Iklan Aktiviti Fizikal Melalui Suratkhobar Mengikut Bangsa	67
7.3.15	Minat Terhadap Persembahan Iklan Aktiviti Fizikal Melalui Suratkhobar Mengikut Kawasan	68
7.3.16	Minat Terhadap Rekabentuk Iklan Aktiviti Fizikal Melalui Suratkhobar Mengikut Kawasan	69
7.3.17	Minat Terhadap Terbitan Iklan Aktiviti Fizikal Melalui Suratkhobar Mengikut Kawasan	70
7.4	Pendedahan Terhadap Iklan Aktiviti Fizikal Melalui Radio	71
7.4.1	Pendedahan Terhadap Iklan Aktiviti Fizikal Mengikut Stesen Radio	71
7.4.2	Penilaian Terhadap Persembahan Iklan Aktiviti Fizikal Melalui Radio	72
7.4.3	Penilaian Terhadap Waktu Siaran Iklan Aktiviti Fizikal Melalui Radio	72
7.4.4	Minat Terhadap Persembahan Iklan Aktiviti Fizikal Melalui Radio Mengikut Jantina	73
7.4.5	Minat Terhadap Waktu Siaran Iklan Aktiviti Fizikal Melalui Radio Mengikut Jantina	74
7.4.6	Minat Terhadap Persembahan Iklan Aktiviti Fizikal Melalui Radio Mengikut Umur	75
7.4.7	Minat Terhadap Waktu Siaran Iklan Aktiviti Fizikal Melalui Radio Mengikut Umur	76
7.4.8	Minat Terhadap Persembahan Iklan Aktiviti Fizikal Melalui Radio Mengikut Bangsa	77
7.4.9	Minat Terhadap Waktu Siaran Iklan Aktiviti Fizikal Melalui Radio Mengikut Bangsa	78
7.4.10	Minat Terhadap Persembahan Iklan Radio Mengikut Kawasan	79
7.4.11	Minat Terhadap Waktu Siaran Iklan Aktiviti Fizikal Radio Mengikut Kawasan	80
7.5	Pendedahan Terhadap Iklan Aktiviti Fizikal Melalui Papan Iklan Tegak	81
7.5.1	Pendedahan Terhadap Iklan Aktiviti Fizikal Melalui Papan Iklan Tegak Mengikut Lokasi	81
7.5.2	Penilaian Terhadap Persembahan Iklan Aktiviti Fizikal Melalui Papan Iklan Tegak	81
7.5.3	Penilaian Terhadap Rekabentuk Iklan Aktiviti Fizikal Melalui Papan Iklan Tegak	82
7.5.4	Minat Terhadap Persembahan Iklan Papan Iklan Tegak Mengikut Jantina	82
7.5.5	Minat Terhadap Rekabentuk Iklan Aktiviti Fizikal Melalui Papan Iklan Tegak Mengikut Jantina	83
7.5.6	Minat Terhadap Persembahan Iklan Aktiviti Fizikal Melalui Papan Iklan Tegak Mengikut Umur	84
7.5.7	Minat Terhadap Rekabentuk Iklan Aktiviti Fizikal Melalui Papan Iklan Tegak Mengikut Umur	85
7.5.8	Minat Terhadap Persembahan Iklan Aktiviti Fizikal Melalui Papan Iklan Tegak Mengikut Bangsa	86
7.5.9	Minat Terhadap Rekabentuk Iklan Aktiviti Fizikal Melalui Papan Iklan Tegak Mengikut Bangsa	87

7.5.10	Minat Terhadap Persembahan Iklan Aktiviti Fizikal Melalui Papan Iklan Tegak Mengikut Kawasan	88
7.5.11	Minat Terhadap Rekabentuk Iklan Papan Iklan Tegak Mengikut Kawasan	89
7.6	Pendedahan Terhadap Iklan Aktiviti Fizikal Melalui Jejambat	90
7.6.1	Pendedahan Terhadap Iklan Aktiviti Fizikal Melalui Jejambat Mengikut Lokasi	90
7.6.2	Penilaian Terhadap Persembahan Iklan Aktiviti Fizikal Melalui Jejambat.....	90
7.6.3	Penilaian Terhadap Rekabentuk Iklan Aktiviti Fizikal Melalui Jejambat.....	90
7.6.4	Minat Terhadap Persembahan Iklan Aktiviti fizikal Melalui Jejambat Mengikut Jantina	90
7.6.5	Minat Terhadap Rekabentuk Iklan Aktiviti Fizikal Melalui Jejambat Mengikut Jantina	91
7.6.6	Minat Terhadap Persembahan Iklan Aktiviti Fizikal Melalui Jejambat Mengikut Umur	91
7.6.7	Minat Terhadap Rekabentuk Iklan Aktiviti Fizikal Melalui Jejambat Mengikut Umur	91
7.6.8	Minat Terhadap Persembahan Iklan Aktiviti Fizikal Melalui Jejambat Mengikut Bangsa.....	92
7.6.9	Minat Terhadap Rekabentuk Iklan Aktiviti Fizikal Melalui Jejambat Mengikut Bangsa.....	92
7.6.10	Minat Terhadap Persembahan Iklan Aktiviti Fizikal Melalui Jejambat Mengikut Kawasan	92
7.6.11	Minat Terhadap Rekabentuk Iklan Aktiviti Fizikal Melalui Jejambat Mengikut Kawasan	92
7.7	Mesej Utama Aktiviti Fizikal Mengikut Media	93
7.8	Niat Untuk Berubah Bagi Aktiviti Fizikal	93
7.8.1	Niat Untuk Berubah Bagi Aktiviti Fizikal Mengikut Jantina	94
7.8.2	Niat Untuk Berubah Bagi Aktiviti Fizikal Mengikut Umur	95
7.8.3	Niat Untuk Berubah Bagi Aktiviti Fizikal Mengikut Bangsa	96
7.8.4	Niat Untuk Berubah Bagi Aktiviti Fizikal Mengikut Kawasan	97
7.9	Gaya Hidup Sihat Bagi Aktiviti Fizikal.....	97
7.9.1	Gaya Hidup Sihat Bagi Aktiviti Fizikal Mengikut Jantina	98
7.9.2	Gaya Hidup Sihat Bagi Aktiviti Fizikal Mengikut Umur	98
7.9.3	Gaya Hidup Sihat Bagi Aktiviti Fizikal Mengikut Bangsa.....	99
7.9.4	Gaya Hidup Sihat Bagi Aktiviti Fizikal Mengikut Kawasan	100
7.10	Minat Mencari Maklumat Tambahan Mengenai Aktiviti Fizikal.....	101
8.0	PEMAKANAN SIHAT	102
8.1	Kesedaran Terhadap Iklan Pemakanan Sihat Mengikut Media	102
8.2	Pendedahan Terhadap Iklan Pemakanan Sihat Melalui Televisyen	103
8.2.1	Pendedahan Terhadap Iklan Pemakanan Sihat Mengikut Saluran Televisyen	103
8.2.2	Kekerapan Menonton Iklan Pemakanan Sihat Melalui Televisyen	103
8.2.3	Penilaian Terhadap Persembahan Iklan Pemakanan Sihat Melalui Televisyen	104
8.2.4	Penilaian Terhadap Waktu Siaran Iklan Pemakanan Sihat Melalui Televisyen.....	104
8.2.5	Minat Terhadap Persembahan Iklan Pemakanan Sihat Melalui Televisyen Mengikut Jantina	105
8.2.6	Minat Terhadap Waktu Siaran Iklan Pemakanan Sihat Melalui Televisyen Mengikut Jantina	106

8.2.7	Minat Terhadap Persembahan Iklan Pemakanan Sihat Melalui Televisyen Mengikut Umur	107
8.2.8	Minat Terhadap Waktu Siaran Iklan Pemakanan Sihat Melalui Televisyen Mengikut Umur	108
8.2.9	Minat Terhadap Persembahan Iklan Pemakanan Sihat Melalui Televisyen Mengikut Bangsa	109
8.2.10	Minat Terhadap Waktu Siaran Iklan Pemakanan Sihat Melalui Televisyen Mengikut Bangsa	110
8.2.11	Minat Terhadap Persembahan Iklan Pemakanan Sihat Melalui Televisyen Mengikut Kawasan	111
8.2.12	Minat Terhadap Waktu Siaran Iklan Pemakanan Sihat Melalui Televisyen Mengikut Kawasan	112
8.3	Pendedahan Terhadap Iklan Pemakanan Sihat Melalui Suratkhbar	113
8.3.1	Pendedahan Terhadap Iklan Pemakanan Sihat Mengikut Jenis Suratkhbar	113
8.3.2	Kekerapan Membaca Iklan Pemakanan Sihat Melalui Suratkhbar	113
8.3.3	Penilaian Terhadap Persembahan Iklan Pemakanan Sihat Melalui Suratkhbar	114
8.3.4	Penilaian Terhadap Rekabentuk Iklan Pemakanan Sihat Melalui Suratkhbar	114
8.3.5	Penilaian Terhadap Terbitan Iklan Pemakanan Sihat Melalui Suratkhbar	115
8.3.6	Minat Terhadap Persembahan Iklan Pemakanan Sihat Melalui Suratkhbar Mengikut Jantina	115
8.3.7	Minat Terhadap Rekabentuk Iklan Pemakanan Sihat Melalui Suratkhbar Mengikut Jantina	116
8.3.8	Minat Terhadap Terbitan Iklan Pemakanan Sihat Melalui Suratkhbar Mengikut Jantina	117
8.3.9	Minat Terhadap Persembahan Iklan Pemakanan Sihat Melalui Suratkhbar Mengikut Umur	118
8.3.10	Minat Terhadap Rekabentuk Iklan Pemakanan Sihat Melalui Suratkhbar Mengikut Umur	119
8.3.11	Minat Terhadap Terbitan Iklan Pemakanan Sihat Melalui Suratkhbar Mengikut Umur	120
8.3.12	Minat Terhadap Persembahan Iklan Pemakanan Sihat Melalui Suratkhbar Mengikut Bangsa	121
8.3.13	Minat Terhadap Rekabentuk Iklan Pemakanan Sihat Melalui Suratkhbar Mengikut Bangsa	122
8.3.14	Minat Terhadap Terbitan Iklan Pemakanan Sihat Melalui Suratkhbar Mengikut Bangsa	123
8.3.15	Minat Terhadap Persembahan Iklan Pemakanan Sihat Melalui Suratkhbar Mengikut Kawasan	124
8.3.16	Minat Terhadap Rekabentuk Iklan Pemakanan Sihat Melalui Suratkhbar Mengikut Kawasan	125
8.3.17	Minat Terhadap Terbitan Iklan Pemakanan Sihat Melalui Suratkhbar Mengikut Kawasan	126
8.4	Pendedahan Terhadap Iklan Pemakanan Sihat Melalui Radio	126
8.4.1	Pendedahan Terhadap Persembahan Iklan Pemakanan Sihat Mengikut Stesen Radio	126
8.4.2	Penilaian Terhadap Persembahan Iklan Pemakanan Sihat Melalui Radio	127
8.4.3	Penilaian Terhadap Waktu Siaran Iklan Pemakanan Sihat Melalui Radio	127
8.4.4	Minat Terhadap Persembahan Iklan Pemakanan Sihat Melalui Radio Mengikut Jantina	128

8.4.5	Minat Terhadap Waktu Siaran Iklan Pemakanan Sihat Melalui Radio Mengikut Jantina	129
8.4.6	Minat Terhadap Persembahan Iklan Pemakanan Sihat Melalui Radio Mengikut Umur	130
8.4.7	Minat Terhadap Waktu Siaran Iklan Pemakanan Sihat Melalui Radio Mengikut Umur	131
8.4.8	Minat Terhadap Persembahan Iklan Pemakanan Sihat Melalui Radio Mengikut Bangsa	132
8.4.9	Minat Terhadap Waktu Siaran Iklan Pemakanan Sihat Melalui Radio Mengikut Bangsa.....	133
8.4.10	Minat Terhadap Persembahan Iklan Pemakanan Sihat Melalui Radio Mengikut Kawasan	134
8.4.11	Minat Terhadap Waktu Siaran Iklan Pemakanan Sihat Melalui Radio Mengikut Kawasan .	135
8.5	Pendedahan Terhadap Iklan Pemakanan Sihat Melalui Papan Iklan Tegak	136
8.5.1	Pendedahan Terhadap Iklan Pemakanan Sihat Melalui Papan Iklan Tegak Mengikut Lokasi.....	136
8.5.2	Penilaian Terhadap Persembahan Iklan Pemakanan Sihat Melalui Papan Iklan Tegak	137
8.5.3	Penilaian Terhadap Rekabentuk Iklan Pemakanan Sihat Melalui Papan Iklan Tegak	138
8.5.4	Minat Terhadap Persembahan Iklan Pemakanan Sihat Melalui Papan Iklan Tegak Mengikut Jantina.....	139
8.5.5	Minat Terhadap Rekabentuk Iklan Pemakanan Sihat Melalui Papan Iklan Tegak Mengikut Jantina	140
8.5.6	Minat Terhadap Persembahan Iklan Pemakanan Sihat Melalui Papan Iklan Tegak Mengikut Umur	141
8.5.7	Minat Terhadap Rekabentuk Iklan Pemakanan Sihat Melalui Papan Iklan Tegak Mengikut Umur	142
8.5.8	Minat Terhadap Persembahan Iklan Pemakanan Sihat Melalui Papan Iklan Tegak Mengikut Bangsa	143
8.5.9	Minat Terhadap Rekabentuk Iklan Pemakanan Sihat Melalui Papan Iklan Tegak Mengikut Bangsa	144
8.5.10	Minat Terhadap Persembahan Iklan Pemakanan Sihat Melalui Papan Iklan Tegak Mengikut Kawasan	145
8.5.11	Minat Terhadap Rekabentuk Iklan Pemakanan Sihat Melalui Papan Iklan Tegak Mengikut Kawasan	146
8.6	Pendedahan Terhadap Iklan Pemakanan Sihat Melalui Jejambat.....	147
8.6.1	Pendedahan Terhadap Iklan Pemakanan Sihat Melalui Jejambat Mengikut Lokasi	147
8.7	Mesej utama pemakanan sihat mengikut media	147
8.8	Niat Untuk Berubah Bagi Pemakanan Sihat.....	148
8.8.1	Niat Untuk Berubah Bagi Pemakanan Sihat Mengikut Jantina	149
8.8.2	Niat Untuk Berubah Bagi Pemakanan Sihat Mengikut Umur	150
8.8.3	Niat Untuk Berubah Bagi Pemakanan Sihat Mengikut Bangsa	151
8.8.4	Niat Untuk Berubah Bagi Pemakanan Sihat Mengikut Kawasan.....	152
8.9	Gaya Hidup Sihat Bagi Pemakanan Sihat	153
8.9.1	Gaya Hidup Sihat Bagi Pemakanan Sihat Mengikut Jantina	154
8.9.2	Gaya Hidup Sihat Bagi Pemakanan Sihat Mengikut Umur	155
8.9.3	Gaya Hidup Sihat Bagi Pemakanan Sihat Mengikut Bangsa.....	156
8.9.4	Gaya Hidup Sihat Bagi Pemakanan Sihat Mengikut Kawasan	157
8.10	Minat Mencari Maklumat Tambahan Mengenai Pemakanan Sihat.....	158

9.0	MENANGANI STRES SECARA EFEKTIF	159
9.1	Kesedaran Terhadap Iklan Menangani Stres Secara Efektif Mengikut Media	159
9.2	Pendedahan Terhadap Iklan Menangani Stres Secara Efektif Melalui Televisyen	160
9.2.1	Pendedahan Terhadap Iklan Menangani Stres Secara Efektif Mengikut Saluran Televisyen	160
9.2.2	Kekerapan Menonton Iklan Menangani Stres Secara Efektif Melalui Televisyen	160
9.2.3	Penilaian Terhadap Persembahan Iklan Menangani Stres Secara Efektif Melalui Televisyen	161
9.2.4	Penilaian Terhadap Waktu Siaran Iklan Menangani Stres Secara Efektif	161
9.2.5	Minat Terhadap Persembahan Iklan Menangani Stres Secara Efektif Melalui Televisyen Mengikut Jantina	162
9.2.6	Minat Terhadap Waktu Siaran Iklan Menangani Stres Secara Efektif Melalui Televisyen Mengikut Jantina	163
9.2.7	Minat Terhadap Persembahan Iklan Menangani Stres Secara Efektif Melalui Televisyen Mengikut Umur	164
9.2.8	Minat Terhadap Waktu Siaran Iklan Menangani Stres Secara Efektif Melalui Televisyen Mengikut Umur	165
9.2.9	Minat Terhadap Persembahan Iklan Menangani Stres Secara Efektif Melalui Televisyen Mengikut Bangsa	166
9.2.10	Minat Terhadap Waktu Siaran Iklan Menangani Stres Secara Efektif Melalui Televisyen Mengikut Bangsa	167
9.2.11	Minat Terhadap Persembahan Iklan Menangani Stres Secara Efektif Melalui Televisyen Mengikut Kawasan	168
9.2.12	Minat Terhadap Waktu Siaran Iklan Menangani Stres Secara Efektif Melalui Televisyen Mengikut Kawasan	169
9.3	Pendedahan Terhadap Iklan Menangani Stres Secara Efektif Melalui Suratkhobar	170
9.3.1	Pendedahan Terhadap Iklan Menangani Stres Secara Efektif Mengikut Jenis Suratkhobar	170
9.3.2	Kekerapan Membaca Iklan Menangani Stres Secara Efektif Melalui Suratkhobar	170
9.3.3	Penilaian Terhadap Persembahan Iklan Menangani Stres Secara Efektif Melalui Suratkhobar	171
9.3.4	Penilaian Terhadap Rekabentuk Iklan Menangani Stres Secara Efektif Melalui Suratkhobar	171
9.3.5	Penilaian Terhadap Terbitan Iklan Menangani Stres Secara Efektif Melalui Suratkhobar	172
9.3.6	Minat Terhadap Persembahan Iklan Menangani Stres Secara Efektif Melalui Suratkhobar Mengikut Jantina	173
9.3.7	Minat Terhadap Rekabentuk Iklan Menangani Stres Secara Efektif Melalui Suratkhobar Mengikut Jantina	174
9.3.8	Minat Terhadap Terbitan Iklan Menangani Stres Secara Efektif Melalui Suratkhobar Mengikut Jantina	175
9.3.9	Minat Terhadap Persembahan Iklan Menangani Stres Secara Efektif Melalui Suratkhobar Mengikut Umur	176
9.3.10	Minat Terhadap Rekabentuk Iklan Menangani Stres Secara Efektif Melalui Suratkhobar Mengikut Umur	177

9.3.11	Minat Terhadap Terbitan Iklan Menangani Stres Secara Efektif Melalui Suratkhobar Mengikut Umur	178
9.3.12	Minat Terhadap Persembahan Iklan Menangani Stres Secara Efektif Melalui Suratkhobar Mengikut Bangsa	179
9.3.13	Minat Terhadap Rekabentuk Iklan Menangani Stres Secara Efektif Melalui Suratkhobar Mengikut Bangsa	180
9.3.14	Minat Terhadap Terbitan Iklan Menangani Stres Secara Efektif Melalui Suratkhobar Mengikut Bangsa	181
9.3.15	Minat Terhadap Persembahan Iklan Menangani Stres Secara Efektif Melalui Suratkhobar Mengikut Kawasan	182
9.3.16	Minat Terhadap Rekabentuk Iklan Menangani Stres Secara Efektif Melalui Suratkhobar Mengikut Kawasan	183
9.3.17	Minat Terhadap Terbitan Iklan Menangani Stres Secara Efektif Melalui Suratkhobar Mengikut Kawasan	184
9.4	Pendedahan terhadap Iklan Menangani Stres Secara Efektif Melalui Radio.....	185
9.4.1	Penilaian Iklan Menangani Stres Secara Efektif Mengikut Stesen Radio	185
9.4.2	Penilaian Terhadap Persembahan Iklan Menangani Stres Secara Efektif Melalui Radio.....	185
9.4.3	Penilaian Terhadap Waktu Siaran Iklan Menangani Stres Secara Efektif Melalui Radio	186
9.4.4	Minat Terhadap Persembahan Iklan Menangani Stres Secara Efektif Melalui Radio Mengikut Jantina.....	187
9.4.5	Minat Terhadap Waktu Siaran Iklan Menangani Stres Secara Efektif Melalui Radio Mengikut Jantina.....	188
9.4.6	Minat Terhadap Persembahan Iklan Menangani Stres Secara Efektif Melalui Radio Mengikut Umur	189
9.4.7	Minat Terhadap Waktu Siaran Iklan Menangani Stres Melalui Radio Mengikut Umur	190
9.4.8	Minat Terhadap Persembahan Iklan Menangani Stres Melalui Radio Mengikut Bangsa	191
9.4.9	Minat Terhadap Waktu Siaran Iklan Menangani Stres Melalui Radio Mengikut Bangsa.....	192
9.4.10	Minat Terhadap Persembahan Iklan Menangani Stres Melalui Radio Mengikut Kawasan..	193
9.4.11	Minat Terhadap Waktu Siaran Iklan Menangani Stres Secara Efektif Melalui Radio Mengikut Kawasan	194
9.5	Pendedahan Terhadap Iklan Menangani Stres Melalui Papan Iklan Tegak	195
9.5.1	Pendedahan Terhadap Iklan Menangani Stres Secara Efektif Melalui Papan Iklan Tegak Mengikut Lokasi.....	195
9.5.2	Penilaian Terhadap Persembahan Iklan Menangani Stres Secara Efektif Melalui Papan Iklan Tegak.....	195
9.5.3	Penilaian Terhadap Rekabentuk Iklan Menangani Stres Secara Efektif Melalui Papan Iklan Tegak.....	196
9.5.4	Minat Terhadap Persembahan Iklan Menangani Stres Secara Efektif Melalui Papan Iklan Tegak Mengikut Jantina.....	197
9.5.5	Minat Terhadap Rekabentuk Iklan Menangani Stres Melalui Papan Iklan Tegak Mengikut Jantina	198
9.5.6	Minat Terhadap Persembahan Iklan Menangani Stres Secara Efektif Melalui Papan Iklan Tegak Mengikut Umur	199
9.5.7	Minat Terhadap Rekabentuk Iklan Menangani Stres Secara Efektif Melalui Papan Iklan Tegak Mengikut Umur	200

9.5.8	Minat Terhadap Persembahan Iklan Menangani Stres Melalui Papan Iklan Tegak Mengikut Bangsa.....	201
9.5.9	Minat Terhadap Rekabentuk Iklan Menangani Stres Melalui Papan Iklan Tegak Mengikut Bangsa.....	202
9.5.10	Minat Terhadap Persembahan Iklan Menangani Stres Secara Efektif Melalui Papan Iklan Tegak Mengikut Kawasan	203
9.5.11	Minat Terhadap Rekabentuk Iklan Menangani Stres Secara Efektif Melalui Papan Iklan Tegak Mengikut Kawasan	204
9.6	Pendedahan Terhadap Iklan Menangani Stres Secara Efektif Melalui Jejambat	205
9.6.1	Pendedahan Terhadap Iklan Menangani Stres Secara Efektif melalui Jejambat Mengikut Lokasi.....	205
9.7	Mesej utama Menangani Stres Efektif Mengikut Media	205
9.8	Niat Untuk Berubah Bagi Menangani Stres Secara Efektif	206
9.8.1	Niat Untuk Berubah Bagi Menangani Stres Secara Efektif Mengikut Jantina	207
9.8.2	Niat Untuk Berubah Bagi Menangani Stres Secara Efektif Mengikut Umur.....	208
9.8.3	Niat Untuk Berubah Bagi Menangani Stres Secara Efektif Mengikut Bangsa	209
9.8.4	Niat Untuk Berubah Bagi Menangani Stres Secara Efektif Mengikut Kawasan.....	210
9.9	Gaya Hidup Sihat Bagi Menangani Stres Secara Efektif.....	211
9.9.1	Gaya Hidup Sihat Bagi Menangani Stres Secara Efektif Mengikut Jantina	212
9.9.2	Gaya Hidup Sihat Bagi Menangani Stres Secara Efektif Mengikut Umur	213
9.9.3	Gaya Hidup Sihat Bagi Menangani Stres Secara Efektif Mengikut Bangsa	214
9.9.4	Gaya Hidup Sihat Bagi Menangani Stres Secara Efektif Mengikut Kawasan.....	215
9.10	Minat Mencari Maklumat Tambahan Mengenai Menangani Stres Secara Efektif.....	216
10.0	PENOLAKAN ALKOHOL	217
10.1	Kesedaran Terhadap Iklan Penolakan Alkohol Mengikut Media.....	217
10.2	Pendedahan Terhadap Iklan Penolakan Alkohol Melalui Televisyen.....	218
10.2.1	Pendedahan Terhadap Iklan Penolakan Alkohol mengikut Saluran Televisyen.....	218
10.2.2	Kekerapan Menonton Iklan Penolakan Alkohol Melalui Televisyen	218
10.2.3	Penilaian Terhadap Persembahan Iklan Penolakan Alkohol Melalui Televisyen.....	219
10.2.4	Penilaian Iklan Penolakan Alkohol Terhadap Waktu Siaran Melalui Televisyen	220
10.2.5	Minat Terhadap Persembahan Iklan Penolakan Alkohol Melalui Televisyen Mengikut Jantina	221
10.2.6	Minat Terhadap Waktu Siaran Iklan Penolakan Alkohol Melalui Televisyen Mengikut Jantina	222
10.2.7	Minat Terhadap Persembahan Iklan Penolakan Alkohol Melalui Televisyen Mengikut Umur	223
10.2.8	Minat Terhadap Waktu Siaran Iklan Penolakan Alkohol Melalui Televisyen Mengikut Umur	224
10.2.9	Minat Terhadap Persembahan Iklan Penolakan Alkohol Melalui Televisyen Mengikut Bangsa.....	225

10.2.10	Minat Terhadap Waktu Siaran Iklan Penolakan Alkohol Melalui Televisyen Mengikut Bangsa.....	226
10.2.11	Minat Terhadap Persembahan Iklan Penolakan Alkohol Melalui Televisyen Mengikut Kawasan	227
10.2.12	Minat Terhadap Waktu Siaran Iklan Penolakan Alkohol Melalui Televisyen Mengikut Kawasan	228
10.3	Pendedahan Terhadap Iklan Penolakan Alkohol Melalui Suratkhobar	229
10.3.1	Pendedahan Terhadap Iklan Penolakan Alkohol Melalui Jenis Suratkhobar.....	229
10.3.2	Kekerapan Membaca Iklan Penolakan Alkohol Melalui Suratkhobar	229
10.3.3	Penilaian Terhadap Persembahan Iklan Penolakan Alkohol Melalui Suratkhobar	230
10.3.4	Penilaian Terhadap Rekabentuk Iklan Penolakan Alkohol Melalui Suratkhobar	230
10.3.5	Penilaian Terhadap Terbitan Iklan Penolakan Alkohol Melalui Suratkhobar	231
10.3.6	Minat Terhadap Persembahan Iklan Penolakan Alkohol Melalui Suratkhobar Mengikut Jantina	232
10.3.7	Minat Terhadap Rekabentuk Iklan Penolakan Alkohol Melalui Suratkhobar Mengikut Jantina	233
10.3.8	Minat Terhadap Terbitan Iklan Penolakan Alkohol Melalui Suratkhobar Mengikut Jantina	234
10.3.9	Minat Terhadap Persembahan Iklan Penolakan Alkohol Melalui Suratkhobar Mengikut Umur	235
10.3.10	Minat Terhadap Rekabentuk Iklan Penolakan Alkohol Melalui Suratkhobar Mengikut Umur	236
10.3.11	Minat Terhadap Terbitan Iklan Penolakan Alkohol Melalui Suratkhobar Mengikut Umur	237
10.3.12	Minat Terhadap Persembahan Iklan Penolakan Alkohol Melalui Suratkhobar Mengikut Bangsa.....	238
10.3.13	Minat Terhadap Rekabentuk Iklan Penolakan Alkohol Melalui Suratkhobar Mengikut Bangsa.....	239
10.3.14	Minat Terhadap Terbitan Iklan Penolakan Alkohol Melalui Suratkhobar Mengikut Bangsa	240
10.3.15	Minat Terhadap Persembahan Iklan Penolakan Alkohol Melalui Suratkhobar Mengikut Kawasan	241
10.3.16	Minat Terhadap Rekabentuk Iklan Penolakan Alkohol Melalui Suratkhobar Mengikut Kawasan	242
10.3.17	Minat Terhadap Terbitan Iklan Penolakan Alkohol Melalui Suratkhobar Mengikut Kawasan	243
10.4	Pendedahan Terhadap Iklan Penolakan Alkohol Melalui Melalui Radio	244
10.4.1	Pendedahan Terhadap Iklan Penolakan Alkohol Mengikut Stesen Radio	244
10.4.2	Penilaian Terhadap Persembahan Iklan Penolakan Alkohol Melalui Radio	244
10.4.3	Penilaian Terhadap Waktu Siaran Iklan Penolakan Alkohol Melalui Radio	245
10.4.4	Minat Terhadap Persembahan Iklan Penolakan Alkohol Melalui Radio Mengikut Jantina	245
10.4.5	Minat Terhadap Waktu siaran Iklan Penolakan Alkohol Melalui Radio Mengikut Jantina.....	246
10.4.6	Minat Terhadap Persembahan Iklan Penolakan Alkohol Melalui Radio Mengikut Umur	247
10.4.7	Minat Terhadap Waktu Siaran Iklan Penolakan Alkohol Melalui Radio Mengikut Umur.....	248
10.4.8	Minat Terhadap Persembahan Iklan Penolakan Alkohol Melalui Radio Mengikut Bangsa.....	249

10.4.9	Minat Terhadap Waktu Siaran Iklan Penolakan Alkohol Melalui Radio Mengikut Bangsa ..	250
10.4.10	Minat Terhadap Persembahan Iklan Penolakan Alkohol Melalui Radio Mengikut Kawasan	251
10.4.11	Minat Terhadap Waktu Siaran Iklan Penolakan Alkohol Melalui Radio Mengikut Kawasan	252
10.5	Pendedahan Terhadap Iklan Penolakan Alkohol Melalui Papan Iklan Tegak.....	253
10.5.1	Pendedahan Terhadap Iklan Penolakan Alkohol Mengikut Lokasi Papan Iklan Tegak	253
10.5.2	Penilaian Iklan Penolakan Alkohol Terhadap Persembahan Melalui Papan Iklan Tegak....	253
10.5.3	Penilaian Terhadap Rekabentuk Iklan Penolakan Alkohol Melalui Papan Iklan Tegak.....	254
10.5.4	Minat Terhadap Persembahan Iklan Penolakan Alkohol Melalui Papan Iklan Tegak Mengikut Jantina.....	255
10.5.5	Minat Terhadap Rekabentuk Iklan Penolakan Alkohol Melalui Papan Iklan Tegak Mengikut Jantina.....	256
10.5.6	Minat Terhadap Persembahan Iklan Penolakan Alkohol Melalui Papan Iklan Tegak Mengikut Umur	257
10.5.7	Minat Terhadap Rekabentuk Iklan Penolakan Alkohol Melalui Papan Iklan Tegak Mengikut Umur	258
10.5.8	Minat Terhadap Persembahan Iklan Penolakan Alkohol Melalui Papan Iklan Tegak Mengikut Bangsa	259
10.5.9	Minat Terhadap Rekabentuk Iklan Penolakan Alkohol Melalui Papan Iklan Tegak Mengikut Bangsa	260
10.5.10	Minat Terhadap Persembahan Iklan Penolakan Alkohol Melalui Papan Iklan Tegak Mengikut Kawasan	261
10.5.11	Minat Terhadap Rekabentuk Iklan Penolakan Alkohol Melalui Papan Iklan Tegak Mengikut Kawasan	262
10.6	Pendedahan terhadap Iklan Penolakan Alkohol Melalui Jejambat	263
10.6.1	Pendedahan terhadap Iklan Penolakan Alkohol mengikut Lokasi Jejambat.....	263
10.6.2	Penilaian Terhadap Persembahan Iklan Penolakan Alkohol Melalui Jejambat	263
10.6.3	Penilaian Terhadap Rekabentuk Iklan Penolakan Alkohol Melalui Jejambat	263
10.6.4	Minat Terhadap Persembahan Iklan Penolakan Alkohol Melalui Jejambat Mengikut Jantina	263
10.6.5	Minat Terhadap Rekabentuk Iklan Penolakan Alkohol Melalui Jejambat Mengikut Jantina	264
10.6.6	Minat Terhadap Persembahan Iklan Penolakan Alkohol Melalui Jejambat Mengikut Umur	264
10.6.7	Minat Terhadap Rekabentuk Iklan Penolakan Alkohol Melalui Jejambat Mengikut Umur ...	264
10.6.8	Minat Terhadap Persembahan Iklan Penolakan Alkohol Melalui Jejambat Mengikut Bangsa.....	265
10.6.9	Minat Terhadap Rekabentuk Iklan Penolakan Alkohol Melalui Jejambat Mengikut Bangsa.....	265
10.6.10	Minat Terhadap Persembahan Iklan Penolakan Alkohol Melalui Jejambat Mengikut Kawasan	265
10.6.11	Minat Terhadap Rekabentuk Iklan Penolakan Alkohol Melalui Jejambat Mengikut Kawasan	266

10.7	Mesej Utama Penolakan Alkohol Mengikut Media	266
10.8	Niat Untuk Berubah Bagi Penolakan Alkohol	267
10.8.1	Niat Untuk Berubah Bagi Penolakan Alkohol Mengikut Jantina	268
10.8.2	Niat Untuk Berubah Bagi Penolakan Alkohol Mengikut Umur	269
10.8.3	Niat Untuk Berubah Bagi Penolakan Alkohol Mengikut Bangsa	270
10.8.4	Niat Untuk Berubah Bagi Penolakan Alkohol Mengikut Kawasan	271
10.9	Gaya Hidup Sihat Bagi Penolakan Alkohol	272
10.9.1	Gaya Hidup Sihat Bagi Penolakan Alkohol Mengikut Jantina	273
10.9.2	Gaya Hidup Sihat Bagi Penolakan Alkohol Mengikut Umur	274
10.9.3	Gaya Hidup Sihat Bagi Penolakan Alkohol Mengikut Bangsa	275
10.9.4	Gaya Hidup Sihat Bagi Penolakan Alkohol Mengikut Kawasan	276
10.10	Minat Mencari Maklumat Tambahan Mengenai Penolakan Alkohol	277
11.0	SKALA DASS	278
11.1	Latarbelakang	278
11.2	Penjelasan tentang Kesahihan DASS21	279
12.0	KESIMPULAN DAN CADANGAN	293
12.1	Kesimpulan	293
12.2	Spek Tender	298
12.3	Cadangan	299
13.0	RUJUKAN	300
LAMPIRAN	313