

TABII MURID SEKOLAH RENDAH SEBAGAI PENGGUNA – SATU KAJIAN KES DI SEKOLAH KEBANGSAAN MALAWA, SABAH

*Mohd Hamdan Adnan
Fakulti Kemanusiaan, Seni dan Warisan
Universiti Malaysia Sabah
hamdani@ums.edu.my*

Abstrak

Kajian ini cuba mengenal pasti sikap, pengetahuan dan tanggapan murid sekolah rendah terhadap tabii pengguna dan kepenggunaan. Andaian kajian ini ialah bahawa murid sekolah rendah tidak begitu kisah tentang tabii pengguna dan kepenggunaan dalam kegiatan harian mereka. Juga, kajian ini cuba menguji sama ada murid sekolah rendah dipengaruhi oleh media massa, termasuk periklanan dalam membentuk gaya hidup serta urusan membeli-belah mereka daripada keluarga atau rakan mereka. Kaedah kajian ialah temu duga bersemuka dengan responden di dalam bilik kuliah yang telah ditetapkan oleh pihak pengurusan sekolah. Sekolah Kebangsaan Malawa telah dipilih sebagai tempat tinjauan memandangkan kedudukannya adalah tidak jauh dari Bandaraya Kota Kinabalu dan komposisi muridnya mampu mencerminkan penduduk berbilang kaum Sabah. Selain itu, mata pencarian ibu bapa mereka mampu mencerminkan masyarakat Sabah secara umum. Semua pelajar dari darjah empat ke enam yang hadir pada waktu tinjauan telah menjadi responden. Seramai 237 murid telah ditemu duga dengan 126 lelaki dan 111 perempuan. Penemuan kajian adalah menarik dari segi ada murid yang telah mula dipengaruhi oleh media massa dan periklanan. Secara rasminya ia terjadi dalam kalangan murid darjah enam. Juga, sebilangan besar murid yang disoal mengakui kepentingan pendidikan pengguna dan menyambut baik penubuhan kelab pengguna di sekolah mereka. Hampir kesemua responden mengaku bahawa wang saku mereka mencukupi walaupun jumlahnya seminggu adalah antara RM2 ke RM5. Sebilangan besar responden turut mengaku bahawa mereka menabung. Kajian juga mendapati bahawa mereka mementingkan kesejahteraan alam sekitar.

Kata kunci: Aduan, iklan, media, murid, pengguna, perbelanjaan, sekolah, tambang dan wang saku.

Abstract

This study try to identify the attitudes, knowledge and response of primary school pupils to the nature of consumers and consumerism. The assumption of this study is that primary school pupils do not care about the nature of consumer in their daily activities. Also, this study attempts to examine whether primary school children affected by the mass media, including advertising in the form of lifestyle and shopping patterns in their family or friends. Interview with the respondent is set in the lecture room by the school management. SK Malawa was selected in this study because its location is not far from the city of Kota Kinabalu and the composition of the student population is able to reflect the multi-ethnic state. Also, the livelihoods of their parents were able to reflect society in general Sabah. All pupils of year four to six who were present at the time the survey became the respondents. A total of 237 students were interviewed with 126 boys and 111 girls. The interesting finding shows that the pupils were affected by the mass media and advertising. Especially among pupils of year six. Also, a large number of pupils acknowledged the importance of consumer education and welcomed the establishment of the club in their school. Almost all respondents said that they have enough pocket money a week, although the number is between RM2 to RM5. A large number of respondents also admitted that they were saving some money. The study also found that they are concern with their environment.

Keywords: *Complaints, advertising, media, students, consumers, shopping, schools, bus fare and pocket money.*

Pengenalan

Sering disebut bahawa kita adalah “pengguna dari dalam kandungan ibu sehingga ke liang lahad.” Kenyataan ini bermaksud kita telah menjadi pengguna sejak dalam kandungan ibu sehingga kita mati. Maka, tabii kita selaku pengguna akan mula dibentuk sejak kita dilahirkan dalam sesuatu keluarga sama ada yang asal atau keluarga angkat. Malah, ada yang berpendapat tabii kita sebagai pengguna telah mula terbentuk semasa dalam kandungan ibu lagi. Kita menjadi pengguna dalam setiap detik kehidupan

masing-masing. Tumbuhan dan haiwan juga menjadi pengguna kerana semua organisma hidup memerlukan sekurang-kurangnya udara, air dan makanan yang memadai dan selamat untuk terus hidup. Namun begitu, manusia adalah yang mempunyai paling banyak keperluan serta penggunaan dan penggunaan ini kian meningkat.

Bagi kajian ini, pengguna adalah ditakrifkan menurut Akta Perlindungan Pengguna 1999, iaitu; “Pengguna sebagai seseorang yang (a) memperoleh atau menggunakan barang atau perkhidmatan daripada jenis yang pada lazimnya diperoleh bagi maksud kegunaan atau penggunaan sendiri, rumah tangga atau isu rumah; (b) tidak memperoleh atau menggunakan barang atau perkhidmatan itu, atau mengemukakan dirinya sebagai memperoleh atau menggunakan barang atau perkhidmatan itu terutamanya bagi maksud i. Membekalkan semula secara perdagangan, ii. Menggunakannya dalam perjalanan suatu proses pengilangan dan iii.” Dalam hal barang, membaiki atau mengolah, secara perdagangan, barang lain atau lekapan. Maka, dalam akta ini “Pengguna ditakrifkan sebagai orang perseorangan yang terlibat dengan pembelian barangan atau perkhidmatan bagi kegunaan sendiri.”

Kajian ini turut mentakrifkan “Pengguna selaku seseorang yang membeli, mendapatkan, menempah atau menyewa barangan atau perkhidmatan bagi diri sendiri atau orang yang diniatkannya. Ia turut mencakupi seseorang yang menggunakan kurniaan semula jadi bagi kepuasan dan kepentingan hidupnya.” Justeru, disimpulkan bahawa pengguna adalah seseorang yang membeli atau menyewa atau yang menerima barangan atau perkhidmatan untuk digunakan, disimpan atau dipelihara, atau dibuang sahaja dalam bentuk akhirnya” (Mohd Hamdan Adnan, 1994: 214).

Kanak-kanak kini telah mula dipengaruhi dari peringkat awal lagi oleh budaya pengguna yang kian melanda dunia serta semakin bersifat global atau sejagat. Budaya pengguna dalam kajian ini merujuk kepada “gaya hidup membeli barang dan perkhidmatan bagi memuaskan kehendak dan keperluan pengguna. Antara sifat budaya pengguna termasuk – budaya hidup mewah, budaya kesetiaan jenama, budaya hidup membazir, budaya iklan, budaya tamak dan budaya hidup jelata” (Mohd Hamdan Adnan, 1994: 42).

Pengaruh budaya pengguna ini turut dimajukan dengan berleluasa dan berkesan oleh media massa. Kanak-kanak kini kian terdedah kepada pelbagai saluran sebaran am termasuk internet sejak usia muda. Kanak-kanak juga turut dijadikan sasaran pengiklanan, iaitu iklan diterbitkan khusus ditujukan kepada kanak-kanak yang baru mengenalinya. Maka, pengaruh media dalam membentuk tabii murid-murid berbanding dengan keluarga dan rakan-rakan sebaya harus dikaji.

Pengaruh budaya pengguna yang menentukan gaya hidup manusia kini turut mempengaruhi kanak-kanak. Kini, adalah jelas bahawa budaya pengguna adalah lebih cenderung mencerminkan gaya hidup masyarakat barat atau maju yang sangat mengagungkan nilai kebendaan. Kaum dewasa di negara membangun seperti di Malaysia pula cukup mudah terikut-ikut dengan budaya barat berkenaan. Maka, jika mereka selaku ibu bapa mengamalkan budaya pengguna berkenaan sama ada secara sedar atau tidak, mereka menjadi contoh atau teladan masyarakat yang mendewakan kebendaan. Hal ini akan mencetuskan masalah kepada anak-anak kerana lazimnya mereka akan meniru gaya hidup ibu bapa atau keluarga tanpa memikirkan implikasinya kepada masyarakat Timur seperti di Malaysia.

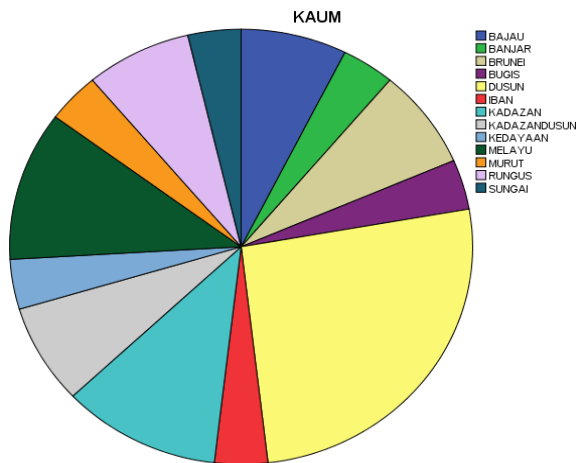
Seterusnya, unsur persekitaran lain seperti sekolah yang dipenuhi dengan guru dan pelajar yang menjadi rakan atau model juga akan mempengaruhi kanak-kanak yang menghadirinya selaku pengguna dan murid. Pengalaman murid di sekolah berkenaan turut membentuk tabii penggunaanya selain dari pada keluarga mereka di rumah.

Latar Belakang Lokasi Kajian dan Kaedah Kajian

Sekolah Kebangsaan Malawa, Inanam merupakan sekolah yang menjadi pilihan kajian berhubung tabii pengguna murid sekolah rendah. Sekolah ini terletak di Jalan Sepanggar, iaitu 30 kilometer dari Ibu Pejabat Pendidikan Kota Kinabalu dan telah dibina pada tahun 1962. Pada awal pembukaannya, sekolah ini diasaskan oleh K. K. Taliban dan diteruskan oleh K. K. Gampupul B. Konsodom.

Misi Sekolah Kebangsaan Malawa adalah menjadi sekolah yang cemerlang dalam pengurusan, akademik, kokurikulum dan sahsiah. Visi mereka pula adalah cemerlang dari segi akademik, kokurikulum dan sahsiah di peringkat daerah Kota Kinabalu menjelang tahun 2015. Responden kajian ini terdiri daripada pelajar tahap dua iaitu tahun empat, lima dan juga enam yang hadir ketika tinjauan dibuat. Usia mereka adalah antara 10 ke 12 tahun.

Kajian ini memilih sekolah ini memandangkan ia dianggap sekolah pinggir bandar, iaitu Kota Kinabalu dan Pekan Inanam serta Manggatal. Sekolah ini terletak lebih kurang 30 kilometer dari Kota Kinabalu. Kini, SK Malawa memiliki 35 guru, tujuh staf sokongan dan 537 orang murid. Muridnya pula terdiri daripada pelbagai kaum yang mampu mencerminkan komposisi masyarakat Sabah. Kumpulan etnik paling tinggi ialah Dusun yang berjumlah 25.9 peratus, dituruti oleh kaum Bajau dan Brunei sebanyak 15 peratus. Kumpulan etnik yang minoriti di sekolah ini termasuklah kaum Banjar, Bugis, Kedaya, Iban dan Murut yang kesemuanya berjumlah 3.7 peratus sahaja. Lihat Rajah 1 bagi komposisi kaum di sekolah tersebut.



Rajah 1 Komposisi etnik murid sebagai responden

Kajian ini bertujuan mengetahui sama ada murid sekolah rendah memahami konsep pengguna, hak mereka sebagai seorang pengguna dan keperluan serta kehendak mereka sebagai seorang pelajar. Persoalannya, adakah murid sekolah rendah yang turut merupakan seorang pengguna memahami konsep tabii pengguna dan implikasinya terhadap mereka. Hal ini akan mempengaruhi situasi berbelanja masyarakat pada masa akan datang.

Tiga matlamat utama kajian ini ialah;

- i) Menganalisis tahap kefahaman pelajar berkaitan hak-hak pengguna.
- ii) Mengenal pasti nilai penerapan hak pengguna terhadap pelajar untuk meningkatkan kualiti hidup pelajar SK Malawa.
- iii) Menganalisis sama ada faktor persekitaran mempengaruhi tingkah laku pelajar dalam membuat keputusan berkenaan isu aduan pengguna.

Kaedah kajian ialah menggunakan instrumen soal selidik yang telah disediakan dan diuji kejelasan dan ketepatannya bagi responden pilihan, iaitu murid darjah empat, lima dan enam. Soalan yang ditetapkan di dalam borang soal selidik dibahagikan kepada 5 bahagian. Bahagian yang pertama meliputi maklumat peribadi pelajar, manakala Bahagian B lebih merujuk kepada aspek penggunaan wang saku dan Bahagian C berkaitan dengan pengaruh tabii pengguna di sekolah. Seterusnya, Bahagian D merangkumi pengaruh tabii pengguna melalui media massa dan Bahagian E pula lebih bertanyakan soalan yang bersifat umum.

Data yang diperoleh dianalisis dengan menggunakan aplikasi SPSS (*Statistical Package for Social Science*). Terdapat seramai 237 responden yang terdiri daripada 126 murid lelaki dan 111 murid perempuan yang meliputi jumlah sebenar murid di darjah empat sehingga darjah enam.

Kajian ini dilaksanakan bersama-sama dengan pelajar kursus tabii pengguna, Program Komunikasi, Fakulti Kemanusiaan, Seni dan Warisan, Universiti Malaysia Sabah (UMS). Pelajar berkenaan telah mengendalikan kajian ini dengan menggunakan kaedah temu duga fokus berkumpulan (*focus group interview*). Borang soal selidik telah diberi kepada setiap responden untuk diisi sendiri setelah pengendali temu duga memberi taklimat terperinci.

Murid yang merasa kurang jelas tentang sesuatu perkara dibenarkan untuk mendapatkan penjelasan daripada pengendali temu duga. Pula, selepas mengutip semula borang soal selidik, pelajar UMS terlibat terus memberi ceramah tentang kepenggunaan. Selanjutnya, semasa sesi soal jawab dijalankan murid sasaran berpeluang memberi pendapat mereka berkaitan kepenggunaan dan implikasinya sekiranya kepentingan pengguna diabaikan.

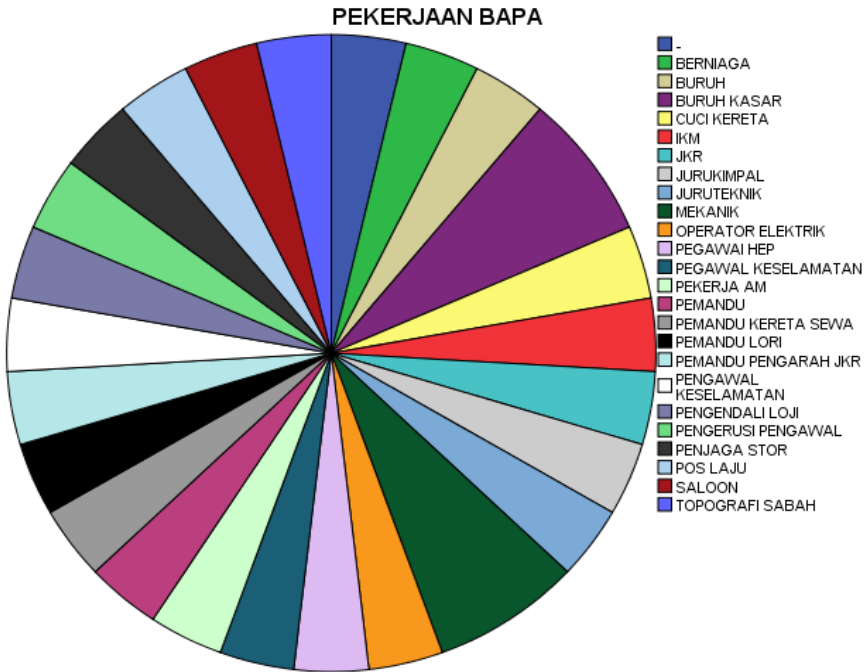
Kajian ini menggunakan model sosiologikal. Model ini memberi tumpuan kepada perhubungan pengguna dengan masyarakatnya. Hal ini demikian kerana pengguna dalam kajian ini ialah murid sekolah rendah dan mereka adalah sebahagian daripada masyarakat. Murid berkenaan mungkin menjadi ahli kepada berbagai-bagai kumpulan dalam masyarakatnya. Kemungkinan besar, tabii pembeliannya adalah kuat dipengaruhi oleh kumpulan-kumpulan yang disertainya atau kumpulan yang kerap dijadikannya rujukan.

Kumpulan-kumpulan utama bagi setiap pengguna umumnya ialah keluarga, rakan-rakan dan sesiapa juga yang rapat dengannya. Kesemuanya mampu mempengaruhi tabii pengguna. Lazimnya, keluarga pengaruh terkuat. Bagaimanapun, rakan, usia, pekerjaan, keahlian dan agama turut kuat mempengaruhi tabii penggunanya. Bahkan, pengaruh media juga boleh mempengaruhinya yang melibatkan televisyen, radio, internet, akhbar dan majalah.

Maklumat Demografi

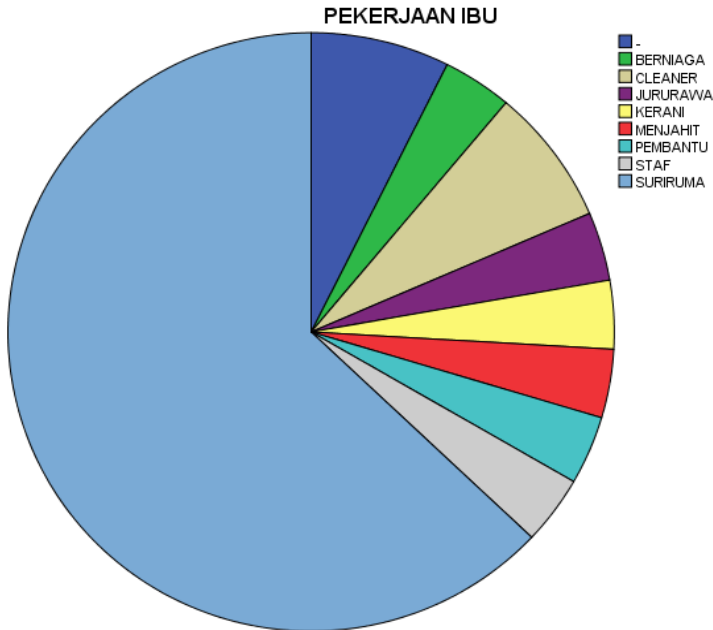
Dari segi pekerjaan, ibu bapa responden didapati mereka terdiri daripada pelbagai tahap pendapatan, iaitu daripada sederhana hingga ke paras kemiskinan. Jenis pekerjaan yang dinyatakan responden termasuklah peniaga, pegawai kerajaan, pegawai swasta, penolong jurutera, juruteknik, kerani, pemandu, bekerja di salon rambut, pengawal, buruh dan lain-lain. Sebanyak 7.4 peratus murid mengakui bahawa bapa mereka adalah buruh kasar dan mekanik. Seramai 12 peratus responden enggan menyatakan pekerjaan ibu bapa atau penjaga mereka. Kemungkinan besar mereka adalah daripada golongan berpendapatan rendah atau pendatang baharu ke Sabah ataupun pendatang tanpa izin yang lazimnya berasal dari negara jiran seperti Filipina

dan Indonesia. Di peringkat sekolah rendah, anak pendatang walaupun tidak mempunyai dokumen lengkap, mereka masih dibenarkan bersekolah. Malaysia pula mewajibkan setiap kanak-kanak berumur enam tahun ke atas dimasukkan ke sekolah dan jika ibu bapa atau penjaga tidak berbuat demikian mereka akan didakwa melanggar undang-undang.



Rajah 2 Jenis pekerjaan bapa

Seramai 63 peratus responden mengakui bahawa ibu mereka adalah selaku suri rumah. Bagi ibu yang disebut bekerja, jenis pekerjaan mereka termasuklah sebagai peniaga, guru, jururawat, kerani, penjahit, pembantu rumah dan lain-lain. Ada juga responden yang enggan memaklumkan pekerjaan ibu mereka.



Rajah 3 Pekerjaan ibu

Dari segi pendapatan keluarga, seramai 11.5 peratus responden menyatakan pendapatan di antara RM4000 ke RM3001, 11.5 peratus lagi di antara RM3000 ke RM1501. Seramai 23.1 peratus responden lagi mengakui di antara RM1500 ke RM1001 dan 30.8 peratus di bawah RM1000. Baki 23.1 peratus murid yang menjadi responden enggan menyebut pendapatan keluarga mereka atau mereka sebenarnya tidak tahu tentangnya.

Kajian ini mendapati bahawa 76.9 peratus murid sekolah rendah dari darjah empat ke enam atau yang berusia 10 tahun ke 12 tahun mengakui mereka mengetahui anggaran pendapatan keluarga mereka dan baki 23.1 peratus tidak tahu atau tidak mahu menganggarkannya. Berhubung hal ini, murid darjah enam adalah yang lebih mengetahui tentang pendapatan keluarga mereka berbanding dengan murid darjah empat. Seramai 86 peratus responden darjah enam mengaku mengetahui pendapatan keluarga berbanding dengan responden darjah empat yang hanya 48 peratus mengakuinya.

Dari segi tempat tinggal, 51.9 peratus responden mengaku tinggal di rumah sendiri dan 40.7 peratus di rumah sewa bersama keluarga mereka. Hanya 7.4 peratus responden menyatakan mereka menumpang di rumah saudara atau di asrama. Perkara ini terjadi kepada responden yang ibu bapa mereka tinggal jauh daripada sekolah atau duduk di kampung yang kemudahan kenderaan sukar diperoleh atau mahal untuk ditanggung.

Wang Saku

Kajian ini mendapati bahawa lazimnya ibu yang memberi wang saku kepada responden berbanding dengan bapa atau orang lain. Namun begitu, perbezaan memberi wang saku di antara ibu dan bapa tidaklah begitu besar. Seramai 50 peratus responden menyebut bahawa ibu mereka yang rasminya memberi wang saku berbanding dengan bapa, iaitu sebanyak 40.6 peratus. Baki 9.4 peratus responden menyatakan pihak lain yang termasuk nenek, datuk dan penjaga yang memberi mereka wang saku.



Rajah 4 Pihak memberi wang saku

Lebih ramai ibu memberi wang saku kepada anak yang pergi sekolah adalah suatu hal yang sudah dijangka. Hal ini disebabkan lumrahnya ibu yang menguruskan isi rumah tangga dalam sesuatu keluarga. Kebiasaannya, ibu yang bertanggungjawab dalam perbelanjaan atau urusan rumah tangga.

Dalam hal ini, tiada perbezaan ketara di antara murid darjah enam berbanding dengan murid darjah lima dan empat.

Kajian ini menemui bahawa 78.1 peratus responden mengakui bahawa mereka sendiri yang menentukan bagaimana wang saku itu dibelanjakan. Baki 21.9 peratus responden menyatakan ia ditentukan oleh pemberi wang saku tersebut, iaitu emak atau bapa. Bolehlah diandaikan bahawa sebilangan besar ibu bapa kini yakin tentang kemampuan anak mereka untuk membelanjakan wang saku yang diberi. Namun, banyak laporan yang mendedahkan bahawa para pelajar, khususnya murid sekolah rendah lumrahnya menggunakan wang saku untuk ‘top up’ atau makanan berkhasiat minimum atau tidak seimbang dan lain-lain.

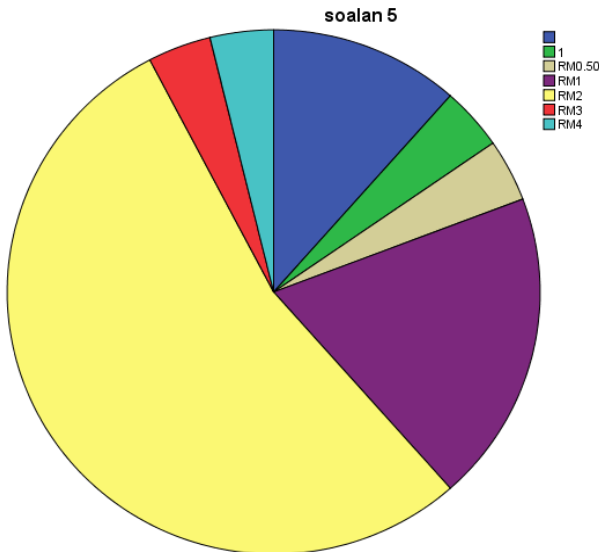
Kajian ini mendapati bahawa 93.8 peratus responden mengaku bahawa wang saku yang mereka terima adalah mencukupi. Hanya 6.2 peratus responden mendakwa tidak mencukupi. Penemuan ini terjadi mungkin kerana murid-murid secara rasminya enggan memalukan keluarga sendiri jika diakui tidak mencukupi atau mereka dianggap sebagai tidak pandai mengurus kewangan ataupun dituduh sebagai boros. Ia juga boleh berlaku kerana ibu bapa mampu meramalkan keperluan jumlah wang saku anak mereka untuk sekolah berkenaan. Hal ini memandangkan sebilangan besar ibu bapa murid sekolah tersebut tidak memiliki pendapatan yang lumayan, sebaliknya sederhana atau rendah dan anak mereka menyedari hakikat ini.



Rajah 5 Kadar wang saku mencukupi

Kajian ini mendapati bahawa jumlah wang saku yang dikatakan mencukupi sebenarnya adalah relatif. Seramai 63 peratus responden mengatakan RM2 adalah mencukupi dijadikan wang saku untuk sehari, manakala 25.9 peratus menyebut RM3 sehari adalah memadai. Sebanyak 7.4 peratus merasakan RM4 sebagai mencukupi untuk sehari dan 3.7 peratus mengakui bahawa RM1 sehari pun cukup. Maka, boleh diandaikan bahawa jumlah wang saku untuk sehari itu mencukupi atau tidak bagi seseorang murid, iaitu RM4 atau RM1 adalah bergantung kepada kemampuan keluarga mereka dan gaya hidup yang diamalkan.

Lazimnya, kerap diandaikan bahawa di bandar besar atau di mana pelajar adalah daripada keluarga berpendapatan tinggi, sudah pasti ramai akan menyatakan wang saku mereka tidak mencukupi. Jawapan yang diberi oleh murid SK Melawa berhubung sama ada wang saku sehari mereka mencukupi boleh dirumuskan mencerminkan pendapatan keluarga dan gaya hidup mereka yang sederhana. Juga, murid sekolah rendah sudah mampu mengurus perbelanjaan wang saku mereka dengan baik.



Rajah 6 Pecahan wang saku yang dikatakan mencukupi

Kajian ini turut mendapati bahawa 92.5 peratus responden mendakwa bahawa mereka ada baki dari wang saku walaupun sedikit. Keadaan ini menunjukkan bahawa hampir kesemua responden mampu berbelanja secara berhemah. Hanya 7.5 peratus responden menyatakan bahawa mereka tidak mempunyai baki dari wang saku. Umumnya, sebilangan yang mengakui sedemikian mendapat wang saku kurang daripada RM2.

Sebanyak 37 peratus responden mengaku menyimpan RM1 daripada wang saku mereka. Pula, sebanyak 29.6 peratus menyatakan mereka simpan RM0.50. Baki responden menyatakan bahawa mereka menabung menurut keadaan semasa iaitu, ada hari mereka akan menabung lebih dan pada hari lain pula kurang, bergantung pada keperluan harian. Sebab utama responden menabung ialah untuk kegunaan masa hadapan, iaitu sebanyak 70.4 peratus. Sebanyak 29.6 peratus responden pula mendakwa untuk “menyediakan payung sebelum hujan” atau untuk digunakan pada masa kecemasan.

Kajian ini mendapati bahawa murid tidak memohon wang saku tambahan daripada ibu bapa atau penjaga mereka, iaitu sebanyak 81.5 peratus responden mengakuinya. Hanya 18.5 peratus responden mengaku mereka akan meminta wang saku tambahan jika didapati tidak mencukupi atau disebabkan wujud keperluan lain yang mendesak. Umumnya, ia diminta bagi membeli makanan dan minuman serta peralatan sekolah.

Kajian juga mendapati bahawa lumrahnya murid sekolah rendah tidak diberikan wang saku ketika cuti sekolah, iaitu 75 peratus responden mengakuinya. Responden turut menyatakan bahawa mereka pun tidak menuntut wang saku semasa cuti sekolah. Selebihnya, mereka mengakui menerima wang saku semasa cuti sekolah walaupun sebilangan besar mereka menyatakan mereka tidak memintanya.

Sebanyak 25 peratus responden yang menerima wang saku pada cuti sekolah menyatakan mereka membelanjakannya untuk membeli makanan. Sebilangan besar mereka ini pula mengakui kedua-dua ibu bapa bekerja dan pemberian ini mengupayakan mereka untuk membeli makanan apabila terasa lapar. Situasi ini juga boleh menunjukkan bahawa ibu bapa umumnya

memastikan kepentingan dan keselamatan anak-anak mereka terjadi dan di peringkat awal lagi berusaha mendidik mereka supaya mampu berdikari dan menjadi pengguna yang bijak.

Kajian ini turut mendapati bahawa wang saku pelajar amnya tidak termasuk tambang kenderaan pergi dan balik dari sekolah. Seramai 96.3 peratus responden mengakuinya dan hanya 3.7 peratus murid menyatakan wang saku mereka merangkumi tambang. Resminya, wang saku diakui oleh responden adalah untuk makanan dan minuman. Ada juga yang mengakui wang saku kadang-kadang digunakan untuk keperluan bahan pelajaran walaupun sebilangan besar menyatakan untuk membeli mainan apabila ada berbaki.

Sebilangan besar responden atau 97 peratus menyatakan belanja untuk bahan pelajaran bukan daripada wang saku tetapi duit tambahan daripada ibu bapa atau penjaga. Hal ini demikian kerana mereka menganggap peralatan sekolah adalah perbelanjaan tambahan. Dalam tempoh satu penggal, sebilangan besar responden berkata mereka berbelanja antara RM10 ke RM20 untuk peralatan sekolah. Ia adalah wang tambahan yang diberi oleh ibu bapa atau penjaga. Peralatan sekolah termasuklah pensel, pen dan kertas serta bahan lain yang diperlukan untuk menyiapkan kerja sekolah.

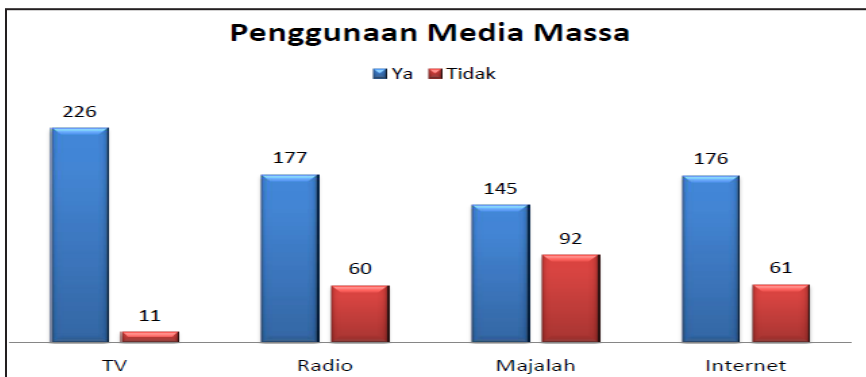


Rajah 7 Cara ulang alik murid dari rumah ke sekolah

Bas sekolah dan awam adalah kenderaan utama bagi murid untuk pergi ke sekolah dan balik. Sebanyak 52 peratus responden menggunakannya, 27 peratus bas awam dan 25 peratus bas sekolah. Sebilangan besar menyatakan tambang bas adalah yang termurah, khasnya bas awam. Sebanyak 40 peratus responden menyatakan dihantar oleh ibu bapa mereka menggunakan kenderaan sendiri sama ada kereta atau motosikal. Baki 8 peratus responden menyatakan bahawa mereka berjalan kaki atau berbasikal untuk pergi-balik dari rumah ke sekolah. Alasan utama yang diberi ialah rumah mereka tidak begitu jauh dari sekolah dan ia menjimatkan.

Penggunaan Media Murid

Dari segi penggunaan media massa adalah jelas bahawa televisyen paling popular dalam kalangan murid, dituruti radio, internet dan majalah seperti yang ditunjukkan pada Rajah 8. Bagi TV, 95.35 peratus responden memilihnya, radio sebanyak 74.68 peratus responden, internet sebanyak 74.26 peratus dan majalah sebanyak 61.18 peratus.



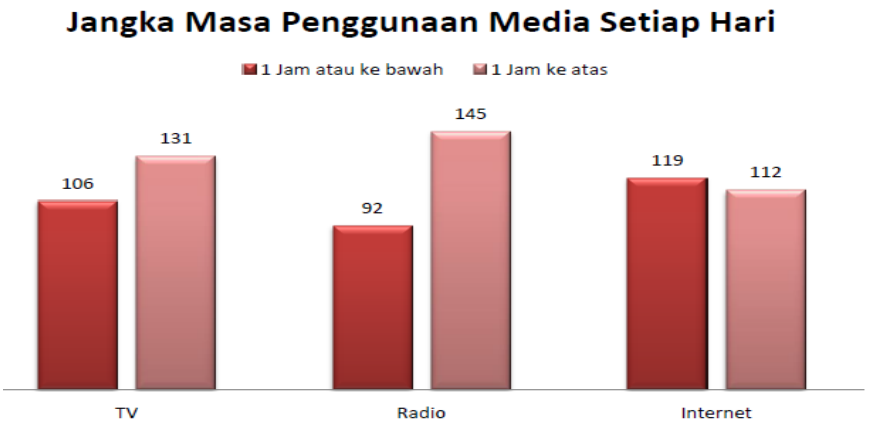
Rajah 8 Tabii penggunaan media murid

Kajian ini jelas menunjukkan bahawa kebanyakan murid memilih televisyen sebagai media utama mereka, iaitu hanya 4.64 peratus responden mengaku jarang menontonnya. Bermakna, lebih 95 peratus daripada responden memiliki televisyen di rumah.

Kajian ini turut mendapati bahawa bagi murid darjah enam, 62.5 peratus responden mendakwa mereka tidak terpengaruh dengan bahan ditonton di televisyen. 37.5 peratus responden pula mengaku bahawa mereka terpengaruh dengan apa yang ditonton di televisyen. Bagi pelajar darjah lima, sebanyak 61.5 peratus responden mengaku mereka tidak terpengaruh dengan bahan yang ditonton di televisyen dan 38.5 peratus sebaliknya. Bagi murid darjah empat pula, 62.5 peratus responden menyatakan mereka tidak terpengaruh dengan apa yang ditonton dan 37.5 peratus mengaku terpengaruh dengan apa yang ditonton.

Siaran program televisyen paling diminati responden ialah hiburan dengan 76.9 peratus mengakuinya, dituruti berita dengan 11.5 peratus responden mengaku mengutamakan berbanding dengan dokumentari sebanyak 7.7 peratus menyukainya, dan 3.8 peratus program lain yang tidak dinyatakan. Memandangkan televisyen menjadi sumber utama hiburan responden dan bukan maklumat atau berita, maka pengaruhnya adalah lemah atau sederhana.

Lazimnya, responden menonton televisyen dan mendengar radio lebih daripada sejam sehari. Sebanyak 44.7 peratus responden menonton tv kurang daripada sejam, manakala 55.98 peratus lebih sejam dan bakinya lebih tiga jam sehari.



Rajah 9 Tempoh menggunakan media sehari

Bagi responden yang mendengar radio kurang sejam sehari ialah sebanyak 38.82 peratus dan yang melebihi sejam sehari ialah 61.18 peratus responden. Lazimnya, sering diandaikan bahawa murid mendengar radio adalah untuk mendengar lagu dan bukan untuk mendapatkan maklumat atau berita. Bagaimanapun, kajian ini mendapati bahawa 70.4 peratus responden mengaku mendengar radio untuk mendapatkan maklumat dan hiburan, manakala 29.6 peratus mendakwa tidak mendengar radio. Sementara itu, sebanyak 66.7 peratus responden menyatakan mereka tidak terpengaruh dengan bahan yang didengar dari radio, manakala 33.3 peratus responden pula mengaku dipengaruhi oleh bahan dari radio.

Kadar responden melayari internet bagi sehari ialah hampir sama. Sebanyak 50.21 peratus responden melayari internet kurang daripada sejam; sementara yang melebihi sejam ialah 47.25 peratus dan baki 2.54 peratus melebihi tiga jam sehari.

Lazimnya, internet lebih digunakan oleh responden untuk berkomunikasi dengan kenalan melalui media sosial atau untuk permainan ataupun sebagai medium pendidikan. Maka, sebanyak 55.6 peratus responden menyatakan internet digunakan bagi membantu membuat kerja sekolah. Kesemua responden yang melayari internet menyatakan mereka menggunakannya untuk berkomunikasi dengan kenalan termasuk rakan sekolah. Tiada responden yang mengaku menggunakannya untuk permainan.

Sebanyak 70.4 peratus responden mendakwa mereka tidak dipengaruhi oleh bahan dalam internet yang mereka lihat. Responden yang mengaku dipengaruhi oleh bahan dalam internet ialah 29.6 peratus.

63 peratus responden menyatakan bahawa ibu bapa atau penjaga mengawasi penggunaan internet mereka. Baki 37 peratus responden pula mendakwa bahawa penjaga tidak mengawasi penggunaan internet. Jelaslah bahawa sebilangan besar penjaga masih tidak mempercayai kegunaan internet bagi anak-anak mereka. Ibu bapa atau penjaga bimbang mereka terdedah kepada bahan lucah atau subversif yang dipercayai banyak terdapat di internet.

Lazimnya, murid sekolah rendah tidak berminat membaca media cetak kecuali majalah. Sebanyak 61.18 peratus menyatakan mereka minat membaca majalah dan 38.82 peratus mengakui kurang atau tidak berminat. Bahan utama yang dibaca di majalah ialah perkara yang berkaitan dengan pelajaran. Sebanyak 51.9 peratus menyatakan mengutamakan bahan pendidikan kerana mahu meningkatkan pengetahuan, 40.7 peratus kerana bahan hiburannya dan baki responden kerana kedua-duanya. Mereka tidak membaca majalah atau buku cerita setiap hari. Namun begitu, ada responden yang menyatakan mereka menulis dan membaca di internet. Tentang pengaruh majalah terhadap murid sekolah rendah, sebanyak 51.9 peratus tidak terpengaruh dengan kandungannya dan 48.1 peratus terpengaruh dengan maklumat dalam majalah.

Seterusnya, kajian ini mendapati jumlah murid sekolah rendah memiliki telefon bimbit kini kian meningkat. Bagi murid darjah empat, seramai 67.7 peratus mengaku mereka memiliki telefon bimbit dan 32.3 peratus tidak. Seramai 68 peratus murid darjah lima pula mengaku memiliki telefon bimbit dan 32 peratus menyatakan tiada. Bagi murid darjah enam seramai 70.4 peratus mengaku memiliki telefon bimbit dan 29.6 peratus menyatakan tiada. Jelas, tiada perbezaan yang ketara di antara darjah dari segi jumlah murid memiliki telefon bimbit. Hal ini adalah suatu perkara yang menarik kerana di sekolah ini, amnya murid-murid adalah dari keluarga berpendapatan sederhana atau rendah. Alasan utama yang diberikan oleh responden tentang pemilikan telefon bimbit ialah penjaga merasa lebih selesa dan selamat kerana anak-anak mereka mudah dihubungi. Namun begitu, kajian ini tidak dapat menentukan jumlah murid yang memiliki *smart phone* tetapi dengan harganya yang kian murah, mungkin ramai juga murid yang memilikinya.

Lazimnya, menurut 75 peratus responden wang 'top up' telefon bimbit adalah ditentukan oleh ibu bapa atau penjaga mereka. Bagaimanapun, jika penggunaannya terlebih daripada ditentukan oleh mereka, sebanyak 35 peratus mengaku terpaksa menggunakan wang saku. Jumlah 'top up' adalah daripada RM5 sehingga RM30 sebulan. Seramai 55 peratus responden mengaku mereka menggunakan telefon bimbit hanya untuk hal yang penting atau untuk menghubungi ibu bapa atau ahli keluarga dan kadang-kadang untuk membincangkan kerja sekolah dengan rakan.

Faktor Mempengaruhi Tabii Pengguna Murid

Memiliki maklumat yang mencukupi sebelum membuat sebarang pemilihan atau pembelian mahupun penggunaan adalah ciri pengguna yang bijak dan berhemah. Kajian ini mendapati sebanyak 37.5 peratus responden mendakwa berusaha mendapatkan maklumat yang mencukupi sebelum membeli sesuatu. Seramai 59.5 peratus responden pula menyatakan mereka membeli walaupun tidak memiliki maklumat. Mereka memberi alasan sukar untuk menentukan sama ada maklumat yang ada mencukupi atau tidak bagi membuat pembelian yang baik. Bagaimanapun, mereka mengaku berusaha mendapatkan maklumat yang mencukupi terlebih dahulu sebelum membeli. Baki 3 peratus responden pula menyatakan bahawa ia bergantung kepada barang yang mahu dibeli. Bagi barangan kebiasaan, mereka tidak perlu mencari maklumat yang lengkap sebelum membelinya.

Sumber maklumat utama mereka adalah ibu bapa atau penjaga, sebanyak 38 peratus responden mencatatkan sedemikian. Sumber maklumat seterusnya dituruti oleh rakan, iklan dan internet iaitu iklan sebanyak 27 peratus responden, rakan sebanyak 23 peratus, internet sebanyak 10 peratus dan 2 peratus lain-lain. Tiada responden yang menyebut guru sebagai sumber maklumat yang dirujuk sebelum membeli sesuatu barangan. Walaupun begitu, tidak boleh dinafikan pengaruh guru dalam membentuk tabii pengguna murid. Apa yang perlu dikaji ialah setakat mana peranan guru berpengaruh jika dibandingkan dengan faktor lain yang termasuk iklan.

Suatu soalan yang berkaitan dengan maklumat dan tindakan ialah tentang tarikh luput. Pengetahuan berkenaan tarikh luput adalah harus kerana ia menjamin keselamatan pengguna, khasnya bagi bahan makanan dan ubat-ubatan yang ada tempoh kesempurnaannya. Dalam hal ini, 90 peratus responden mengakui sentiasa membaca tarikh luput sebelum membuat sebarang pembelian. Sebanyak 10 peratus responden pula mengakui tidak membaca tarikh luput. Apabila diterangkan bahaya menggunakan barang yang tarikh telah luput, mereka terus berjanji untuk membacanya.

Pengaruh Iklan

Sebanyak 76 peratus responden merasakan bahawa iklan tidak mempengaruhi tabii pengguna. Hanya 24 peratus responden mengaku iklan mampu membentuk tabii pengguna. Bermakna, lebih tiga suku murid merasakan bahawa iklan tidak membentuk tabii pengguna mereka. Namun begitu, 24 peratus yang mengaku iklan membentuk tabii pengguna, bererti perbelanjaan iklan oleh pihak industri ada kesannya kepada pengguna termasuk murid sekolah rendah.

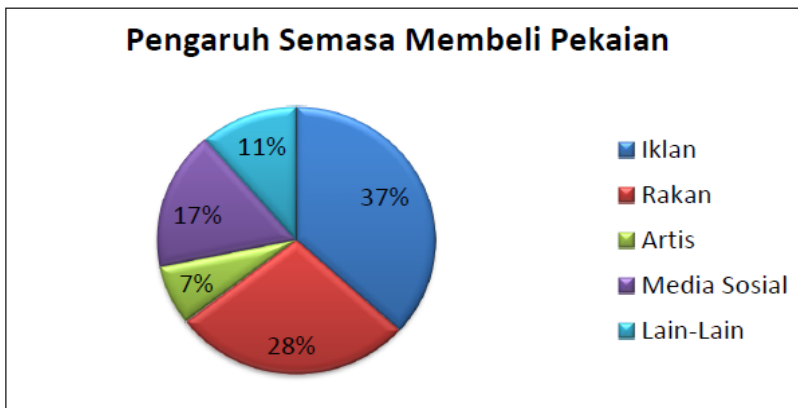
Hampir kesemua responden bersetuju bahawa iklan dan rakan sebaya mempunyai pengaruh yang tertentu ke atas tabii pengguna. Namun begitu, lebih ramai responden yang merasakan bahawa iklan lebih berpengaruh daripada rakan sebaya, iaitu sebanyak 66 peratus responden berpendapat bahawa iklan adalah lebih berpengaruh daripada rakan sebaya dan 34 peratus berpandangan sebaliknya.

Alasan yang diberi mengapa iklan lebih berpengaruh daripada rakan adalah kerana iklan boleh dilihat di mana-mana sahaja, sama ada di tepi jalan atau di televisyen, radio, akhbar, majalah, internet dan sebagainya. Iklan pula rasminya menyampaikan maklumat dengan cara lebih menarik daripada rakan. Rakan pula perlu ditanya dan ia kurang arif tentang barangan yang mahu dibeli kecuali ada pengalaman peribadi terhadapnya. Maka, apabila diminta untuk membandingkan pengaruh antara rakan dan iklan dalam membeli pakaian, 88.5 peratus responden menjawab iklan mempengaruhi keputusan mereka dan 11.5 peratus mengaku bahawa rakanlah yang berpengaruh.

Menjawab soalan sama ada iklan mampu mempengaruhi tabiat berbelanja murid, sebanyak 71.42 peratus responden menyatakan tidak dan bakinya seramai 28.58 peratus mengakui berbelanja disebabkan pengaruh iklan. Jawapan ini menunjukkan bahawa hampir tiga suku responden merasakan diri mereka tidak mudah dipengaruhi oleh iklan.

Seterusnya, sebanyak 81.3 peratus berpendapat bahawa mereka tidak dipengaruhi oleh rakan sebaya dalam perbelanjaan mereka. 18.8 peratus responden pula mengaku bahawa tabiat berbelanja mereka boleh dipengaruhi oleh rakan sebaya.

Apabila ditanya siapa yang menjadi pengaruh utama semasa membeli pakaian, seramai 37 peratus responden mengakui mereka dipengaruhi oleh iklan, 28 peratus dipengaruhi oleh rakan sebaya, 17 peratus oleh media sosial, dan hanya 7 peratus dipengaruhi oleh artis. Sebanyak 11 peratus responden pula menyebut pelbagai faktor lain yang termasuk ibu bapa dan penjaga atau tidak dipengaruhi oleh sesiapa. Penemuan kajian menunjukkan bahawa dalam kalangan murid, para artis tidak begitu berpengaruh dalam menentukan fesyen pakaian yang dibeli. Rumusannya, pelbagai faktor terlibat dalam menentukan pakaian yang mereka pilih dan tiada faktor yang terlalu dominan.



Rajah 9 Faktor penentu pemilihan semasa membeli pakaian

Jenama memainkan peranan yang penting dalam membentuk tabii pengguna. Menjadi budaya pengguna masa kini yang memberi keutamaan kepada produk berjenama kerana dianggap mampu meningkatkan status pengguna. Sebanyak 57 peratus responden mengaku bahawa mereka memilih barang berjenama berbanding dengan 43 peratus yang tidak mementingkan jenama. Kajian ini mendapati murid darjah enam adalah lebih mementingkan jenama berbanding dengan murid tahun lima dan empat. Berkemungkinan pelajar tahun enam sudah mula mengenali jenama serta prestij yang boleh dibawanya. Juga, ia mungkin bererti bahawa, kian meningkat usia, murid semakin dipengaruhi oleh jenama tertentu.

Sifat Pengguna Bijak dan Lestari

Pengguna yang bijak berbelanja umumnya merujuk kepada mereka yang berbelanja secara berhemah atau berhati-hati serta berusaha mendapatkan harga yang sewajarnya. Pengguna bijak merujuk kepada mereka yang mampu memperoleh barangan dan perkhidmatan terbaik yang mereka perlukan dengan harga patut serta sukar dipengaruhi oleh sebarang promosi. Malah, mereka bersifat mesra alam dan mengamalkan penggunaan lestari serta terlibat dalam kegiatan meningkatkan kepentingan pengguna. Para responden turut ditanya mengenainya.

Bagi murid darjah empat, sebanyak 53.1 peratus murid menganggap diri mereka sebagai bijak berbelanja dan 46.1 peratus sebaliknya. Mereka mengandaikan bahawa mereka bijak berbelanja kerana pintar memilih dan membeli sesuatu barangan. Seramai 46.1 peratus murid darjah empat pula merasakan mereka suka berbelanja dan ada yang mengaku sebagai boros. Hal ini mungkin disebabkan sebagai murid darjah empat, mereka belum banyak pengalaman berbelanja dan menggunakan wang resminya hanya untuk kegunaan sendiri. Namun begitu, sebanyak 58 peratus murid darjah empat berasa yakin mereka adalah pengguna yang bijak dan 42 peratus responden sebaliknya.

Bagi murid darjah lima, sebanyak 60.6 peratus responden mengandaikan diri mereka sebagai bijak berbelanja, manakala 39.4 peratus sebaliknya. Mereka merasakan sedemikian kerana berbelanja menurut keperluan dan masih ada baki wang saku untuk disimpan untuk kegunaan masa depan apabila perlu. Sebaliknya, mereka yang merasakan tidak bijak berbelanja adalah kerana wang saku selalu tidak mencukupi dan banyak barangan yang ingin dibeli tetapi tidak mampu.

Bagi murid darjah lima jumlah, 60.6 peratus responden turut mengaku mereka adalah pengguna yang bijak dan 39.4 peratus tidak yakin untuk mengaku sedemikian. Boleh diandaikan bahawa murid yang sama membuat pengakuan yang serupa.

Bagi murid darjah enam sebanyak 76 peratus mengaku mereka adalah bijak berbelanja dan 24 peratus merasakan sebaliknya. Sama juga dengan mereka yang mengaku sebagai pengguna bijak atau sebaliknya. 76 peratus responden mengaku selaku pengguna bijak dan 24 peratus sebaliknya. Maka, boleh diandaikan bahawa pengguna yang mengaku bijak berbelanja dan sebaliknya adalah juga responden yang sama.

Secara menyeluruh, 63 peratus responden mengaku bijak berbelanja dan 37 peratus sebaliknya. Sama juga dengan responden yang mendakwa diri mereka selaku pengguna yang bijak, iaitu 56 peratus mengaku selaku pengguna bijak dan 44 peratus sebaliknya.

Pengguna yang bijak harus bertindak seperti mengadu kepada pihak yang berkuasa jika ditipu atau terbeli barang yang rosak. Hampir kesemua responden mengaku mereka atau keluarga pernah terbeli barang yang rosak atau melebihi tarikh luput. Sebanyak 65 peratus responden berkata mereka pernah mengadu kepada pihak berkuasa berkenaan bagi mendapatkan penyelesaian. Namun begitu, 60 peratus daripada mereka merasa tidak berpuas hati dengan cara aduan dikendalikan serta penyelesaian yang dibuat. Terdapat, 35 peratus responden yang tidak pernah mengadu, mengaku disebabkan kejahilan tentang hak pengguna. Bagaimanapun, selepas mendengar ceramah daripada pelajar UMS berkenaan, hampir kesemua responden berjanji untuk membuat aduan jika ditipu atau terbeli barangan rosak.

Menggunakan sebanyak mungkin barangan mesra alam ialah satu sikap penting yang mencerminkan pengguna bestari dan lestari. Lazimnya, barangan mesra alam merujuk kepada keluaran dan perkhidmatan yang menggunakan bahan yang tidak mencemar dan jumlahnya tidak berisiko akan pupus serta proses pembuatan, penggunaan dan pembuangannya adalah selamat bagi alam sekitar. Kajian ini mendapati seramai 78 peratus responden mendakwa bahawa mereka hanya membeli dan menggunakan produk yang tidak merosakkan persekitaran. Baki 22 peratus responden berkata mereka tidak berbuat sedemikian kerana tidak memahami konsep barangan mesra alam. Bagaimanapun, setelah mendengar ceramah kepenggunaan, kesemua responden berjanji untuk membeli barangan mesra alam setakat mana yang boleh.

Mencintai alam sekitar dan berjuang melindunginya adalah suatu sifat yang perlu ada bagi pengguna bestari dan lestari. Kajian ini turut mendapati bahawa 91 peratus responden mengaku diri mereka sebagai pencinta alam dan baki 9 peratus sebaliknya. Namun begitu, apabila diterangkan padah alam sekitar yang tercemar, semua responden berjanji untuk memastikan alam sekitar sentiasa selamat daripada sebarang pencemaran. Janji mereka termasuk pengurangan penggunaan plastik dan akan terlibat dalam kegiatan melindungi alam sekitar.

Seterusnya, sebanyak 92.6 peratus responden menyatakan mereka sentiasa memastikan tempat mereka adalah kawasan bebas daripada sampah-sarap. Bermakna jika terjumpa sampah di mana sahaja mereka akan memasukkannya ke dalam tong sampah. Bagaimanapun, ramai di antara mereka merasakan tong sampah yang disediakan tidak mencukupi dan jika ada, ia tidak ditempatkan di kawasan yang strategik. Hanya 7.4 peratus peratus responden menyatakan bahawa mereka tidak memastikan kawasan mereka sentiasa bersih dan teratur di mana setiap sampah yang ada akan dimasukkan ke dalam tong sampah. Justeru, pihak sekolah harus sentiasa melancarkan kempen kebersihan dan selamatkan alam sekitar bersama pihak berkuasa tempatan dan juga persatuan pengguna serta badan pencinta alam atau organisasi kepentingan rakyat atau lebih dikenali selaku NGO (*non-governmental organization*).

Bagi murid darjah empat, hanya 25 peratus responden menyatakan mereka pernah mendengar tentang persatuan pengguna, manakala 75 peratus mengaku tidak tahu tentangnya. Seramai 53.8 peratus murid darjah lima turut menyatakan bahawa mereka pernah dengar mengenai persatuan pengguna, manakala 46.2 peratus responden mengaku mereka tidak pernah mengetahui tentang persatuan pengguna. Murid darjah enam paling ramai mengetahui berkenaan persatuan pengguna, iaitu sebanyak 68 peratus mengaku tahu tentang persatuan pengguna dan baki 32 peratus responden tidak pernah mendengari mengenainya. Purata, hanya 46 peratus daripada seluruh responden mengaku tahu tentang persatuan pengguna dan 54 peratus tidak tahu mengenainya. Sumber utama berkaitan persatuan pengguna ialah guru dan ibu bapa serta usaha diri sendiri daripada internet atau media lain. Pihak berkuasa berkenaan harus meningkatkan seranta dan pendidikan berhubung kepenggunaan dan persatuan pengguna pada peringkat terawal lagi.

Bagi murid darjah empat, sebanyak 90.3 peratus mendakwa bahawa persatuan pengguna perlu ditubuhkan di peringkat sekolah. Hanya 9.7 peratus responden menyatakan tidak perlu tetapi tidak memberi alasan. Kesemua responden darjah lima dan enam setuju menyokong penubuhan kelab pengguna di sekolah. Hujah mereka adalah ia mampu meningkatkan kesedaran hak pengguna dan penglibatan dalam pertubuhan kepentingan awam seperti persatuan pengguna. Mereka turut merasakan bahawa persatuan pengguna mampu membuat pendidikan pengguna lebih menarik dan berkesan.

Seramai 81.3 peratus responden darjah empat menyokong pendidikan pengguna diperkenalkan di sekolah dan 18.7 peratus menolaknya. Bagi murid darjah lima, 92 peratus responden menyambut baik pendidikan pengguna diadakan di sekolah dan hanya 8 peratus menolaknya. Seramai 96.3 peratus responden darjah enam bersetuju pendidikan pengguna diperkenalkan di sekolah. Hujah sokongan mereka ialah langkah tersebut akan membantu membentuk pengguna yang bestari dan lestari dan mereka mahu menjadi sedemikian.

Rumusan dan Saranan

Penemuan kajian ini menyokong model sosiologikal tabii pengguna. Memang ada pertalian yang kuat di antara tabii pengguna dengan gaya hidup masyarakat setempat. Gaya hidup dan tabii pengguna murid turut dipengaruhi terutamanya oleh ibu bapa, penjaga dan masyarakat seseorang itu berada serta tempat murid itu belajar.

Kajian ini mendapati bahawa pelajar tahap dua di SK Malawa mempunyai pengetahuan kepenggunaan dari tahap asas ke sederhana. Mereka umumnya faham tentang penggunaan wang saku mereka. Mereka juga jelas mengenai bagaimana wang saku mereka dibelanjakan. Walaupun kebanyakan pelajar tidak mempunyai baki untuk menabung wang saku, tetapi dapat dilihat mereka mempunyai pengetahuan yang asas tentang kepentingan duit dan keperluan untuk berjimat-cermat serta berbelanja secara berhemah.

Dapat dirumuskan juga bahawa responden berpengetahuan sederhana dalam penggunaan media massa. Purata seorang pelajar menonton TV setiap hari adalah lebih satu jam, iaitu satu jam sehari adalah amat cukup bagi seseorang untuk memperoleh maklumat yang cuba disarankan oleh media arus perdana. Mereka sememangnya sering menonton pelbagai iklan dan turut dipengaruhi oleh iklan-iklan tertentu. Di sini elok disarankan mata pelajaran 'celik media'. Ia penting kerana melibatkan peningkatan kemahiran dalam menggunakan media serta keupayaan tidak mudah dipengaruhi oleh maklumat beranasir subversif.

Kurang memahami matlamat dan politik media massa mengakibatkan iklan menjadi salah satu pengaruh utama dalam tabiat pembelian barangan. Mereka tahu apa itu iklan dan apa yang cuba dipromosikan dalam iklan. Namun, disebabkan mereka tidak mempunyai pengetahuan media yang kuat, mereka mudah dipengaruhi, terutamanya oleh iklan-iklan yang menumpukan sasarannya kepada kanak-kanak, dan cuba disiarkan semasa rancangan kanak-kanak seperti rancangan kartun, rancangan aneka kanak-kanak dan lain-lain. Hali ini sebenarnya tidak beretika, jika pihak pengiklan cuba mempengaruhi kanak-kanak dalam membeli barangan mereka dengan mesej yang menarik tetapi tidak realistik.

Memandangkan hampir semua murid menyokong pendidikan pengguna dan persatuan pengguna, baiklah ia diperkenalkan kepada murid sekolah bermula dari darjah satu. Pergerakan kepentingan masyarakat seperti persatuan pengguna dan persatuan alam sekitar mampu membantu sekolah dan pihak berkuasa untuk meningkatkan usaha perlindungan pengguna.

Bibliografi

- Anwar Fazal. (2011). *Consumer power anywhere, anytime, anyone*. Pulau Pinang: Universiti Sains Malaysia.
- Bagozzi, R. P., Gurhan-Canli, Z. & Priestir, R. (2002). *The social psychology of consumer behavior*. Buckingham: Open University Press.
- Ellwood, Wayne. (1984) *Generating power: A guide to consumer organising*. Pulau Pinang: IOCU.
- Firat, Fuat & Nikhilesh Dholakia. (2005). *Consuming people from political economy to theaters of consumption*. London & New York: Routledge Taylor & Francis.

- Lake, Laura. (2009). *Consumer behavior for dummies*. Indiana: Wiley Publishing Inc.
- Mohd. Hamdan Adnan. (1994). *Konsep asas kepenggunaan*. Kuala Lumpur: Dewan Bahasa & Pustaka.
- Mohd Hamdan Adnan. (2000). *Memahami kepenggunaan*. Petaling Jaya: Federation of Malaysia Consumers Associations (FOMCA).
- Mohd Hamdan Adnan. (2005). *Perjuangan perundangan pengguna*. Petaling Jaya: ibsBUKU.
- Mohd Hamdan Adnan. (2012). *Suara pengguna*. Kuala Lumpur: Dewan Bahasa & Pustaka.
- Shiffman, L. G. & L. L. Kanuk. (2007). *Consumer behavior (9th ed.)*. Englewood Cliffs, New Jersey, USA: Prentice-Hall, Inc.
- Solomon, R. (2011). *Consumer behavior: Buying, having and being (9th ed.)*. New Jersey: Pearson.
- Wagner, Sigmund A. (2002). *Understanding green consumer behaviour a qualitative cognitive approach*. London: Routledge.

