

KEMPEN STAY AT HOME: KEJELASAN TUJUAN, KEBERKESANAN DAN IMPLIKASI KEPADA MASYARAKAT

STAY AT HOME CAMPAIGN: THE PURPOSE, EFFECTIVENESS AND IMPLICATIONS TO THE COMMUNITY

¹Sitinurbayu Mohd Yusoff

²Dzurizah Ibrahim

³Syahrudin Ag Ahmad

⁴Aisah Meri

⁵Cyril Modili

⁶Aira Nur Abu Osman

^{1,2,3,4&5} Fakulti Sains Sosial dan Kemanusiaan, 88400 Universiti Malaysia Sabah

¹bayu.yusoff@ums.edu.my

²idzuri@ums.edu.my

³syahag@ums.edu.my

⁴aisah.meri@ums.edu.my

⁵cyrilmodili@ums.edu.my

⁶airanurabuosman@gmail.com

Tarikh dihantar: 1 Mac 2022 / Tarikh diterima: 18 Mei 2022

Abstrak Perintah Kawalan Pergerakan (PKP) telah dilaksanakan di Malaysia berkuatkuasa pada 18 Mac 2020 dengan tujuan mengekang penularan wabak penyakit berjangkit yang dinamakan Novel Coronavirus (2019-nCov). Justeru, Kempen Stay-at-Home diperkenalkan susulan bilangan kematian yang disebabkan jangkitan virus Covid-19 semakin meningkat dan membimbangkan. Kempen Stay-at-Home adalah sebuah kempen kesihatan awam yang diwujudkan untuk menggalakkan orang ramai kekal berada di rumah untuk melindungi penduduk daripada terdedah kepada kebarangkalian dijangkiti virus Covid-19 dan seterusnya mengurangkan kematian yang diakibatkan oleh virus ini. Kempen kesihatan awam adalah kempen menerusi media yang mempromosikan intervensi kesihatan awam seperti Kempen Kesedaran Thalassemia dan Kempen Kesihatan Mental Sedunia. Kepatuhan rakyat terhadap PKP adalah wajib dan menjadi asas kepada kempen kesihatan awam. Kesedaran dan pematuhan yang masih kurang terhadap arahan PKP menerusi Kempen Stay-at-Home dalam kalangan penduduk di Malaysia amat membimbangkan. Kemungkinan wujud keperluan untuk mendidik dan mengasuh minda ahli masyarakat agar memahami tujuan kempen duduk di rumah sepanjang tempoh PKP. Kajian ini dilakukan menggunakan kaedah kualitatif dengan teknik perbincangan kumpulan fokus dengan berpandukan Model KAP (Knowledge-Attitude-Practise/Behavior) telah dilaksanakan dalam kajian ini. Kajian bertujuan untuk mengenalpasti punca mengapa masyarakat kurang memberi kerjasama terhadap Kempen Stay-at-Home dan mengenalpasti tahap kesedaran masyarakat terhadap mesej dalam Kempen Stay-at-Home. Kajian mendapati masyarakat kurang menyokong usaha Kempen Stay-at-Home untuk memutuskan rantaian virus Covid-19 atas pelbagai faktor seperti tekanan (stress), keperluan untuk keluar bekerja, tiada ganjaran, kekurangan penguatkuasaan, dan sebagainya. Diharap kajian ini dapat menyalurkan maklumat yang berkaitan dengan persepsi masyarakat terhadap kepentingan PKP dan seterusnya memberi maklumat berguna kepada pihak berkuasa agar dapat memikirkan cara yang terbaik untuk menyampaikan mesej tentang kepentingan keselamatan masyarakat.

Kata Kunci: Covid19; kempen; model KAP; Perintah Kawalan Pergerakan; Stay-at-Home

Abstract *The Malaysian Movement Control Order (PKP) came into effect on 18 March 2020, with the aim of preventing the spread of an infectious disease known as Novel Coronavirus (2019-nCov). As a result of the growing and frightening number of deaths caused by Covid-19 virus infection, the Stay-at-Home Campaign has been launched. The Stay-at-Home campaign*

is a public health initiative designed to urge people to stay at home to protect the population from being infected with the Covid-19 virus. Public health campaigns, such as the Thalassaemia Awareness Campaign and Mental Health Awareness Campaign, are media campaigns that support public health interventions. The public must adhere to the PKP, which serves as the foundation for public health efforts. The lack of public understanding and compliance with the PKP's recommendations through the Stay-at-Home Campaign in Malaysia is very worrying. It may be necessary to educate and cultivate the minds of community members so that they understand the goals of the stay at home campaign during PKP. This study uses a qualitative approach, using a focus group discussion procedure based on the KAP Model (Knowledge, Attitude, Practice, and Behavior). The purpose of the study was to determine the reasons why the community did not cooperate with the Stay-at-Home Campaign and to determine the level of community understanding of the message of the Stay-at-Home Campaign. The study found that the community was less supportive of the Stay-at-Home Campaign's efforts to break the Covid-19 virus chain because of a variety of issues including stress, desire to get out of work, no incentive, lack of enforcement, and so on. This study is believed to provide information on community perceptions on the relevance of PKP, as well as important information to the authorities as they consider the best approach to convey a message about the importance of community safety.

Keywords: *campaign; Covid19; KAP model; Movement Control Order; Stay-at-Home*

PENDAHULUAN

Novel Coronavirus adalah strain baharu *Coronavirus* yang belum pernah dikenalpasti sebelum ini. Ia telah menular dengan cepat ke seluruh dunia dengan begitu pantas. Tan Sri Muhyiddin Yassin iaitu mantan Perdana Menteri Malaysia telah mengumumkan Perintah Kawalan Pergerakan (PKP) dalam satu pengumuman khas bagi mengekang penularan wabak penyakit berjangkit tersebut. Perintah Kawalan Pergerakan (PKP) ini bermula dari 18 Mac 2021 hingga penghujung tahun 2021 yang melibatkan beberapa fasa. PKP ini melibatkan larangan perhimpunan awam untuk sebarang aktiviti berunsur keagamaan, sukan, aktiviti sosial dan kebudayaan serta penutupan sekolah, pejabat kerajaan dan premis perniagaan, menghentikan perjalanan keluar negara untuk rakyat Malaysia dan menyekat kemasukan pelancong asing ke dalam negara.

Susulan statistik yang membimbangkan iaitu sebanyak 70 kematian dicatatkan dari 18 Mac 2020 hingga 10 April 2020 yang membawa kepada jumlah kes keseluruhan adalah sebanyak 4,346 orang yang dijangkiti virus Covid-19, kempen kesihatan awam iaitu Kempen Stay-at-Home telah diperkenalkan. Kempen Stay-at-Home ini adalah sejajar dengan misi kerajaan untuk mengurangkan jumlah penduduk yang dijangkiti virus Covid-19 dan seterusnya mengurangkan kematian yang diakibatkan oleh virus yang merbahaya ini. Kempen Stay-at-Home yang berjaya dilaksanakan dijangka boleh mengurangkan risiko peningkatan atau pertambahan pesakit yang dijangkiti virus Covid-19. Kerajaan bertanggungjawab terhadap keselamatan masyarakat Malaysia selain daripada tanggungjawab individu itu sendiri.

Menteri Kesihatan Datuk Seri Dr Adham Baba menggalakkan rakyat Malaysia untuk terus mematuhi arahan PKP dalam usaha memutuskan rantai Covid-19. Tujuan utama Kempen Stay-at-Home diwujudkan adalah untuk menggalakkan orang ramai kekal berada di rumah agar penduduk dapat dilindungi daripada terdedah kepada kebarangkalian dijangkiti virus Covid-19. Langkah ini adalah bertepatan dengan misi untuk mengurangkan kadar kematian yang tinggi dalam kalangan penduduk di Malaysia. Justeru, kempen ini adalah untuk menggalakkan semua masyarakat untuk menjadi lebih bertanggungjawab dengan duduk di rumah dan peka dengan keadaan semasa. Menurut unjuran yang dibuat oleh Kementerian Kesihatan, PKP yang dilaksanakan sedikit sebanyak telah berjaya mengurangkan

kebolehhajngkitan dan penularan virus Covid-19. Oleh itu, setiap individu memainkan peranan dalam membantu mengurangkan risiko jangkitan virus Covid-19 dengan mematuhi arahan kerajaan supaya duduk di rumah sepanjang PKP dilaksanakan.

Untuk menentukan tahap kesedaran, beberapa kajian menggunakan analisis pengetahuan, sikap dan amalan (KAP) telah dijalankan di Malaysia untuk mencapai tahap pengetahuan, sikap dan amalan masyarakat. Oleh itu, penyelidikan ini membincangkan secara ringkas mengenai penemuan kajian berdasarkan pengetahuan, analisis sikap dan amalan yang digunakan untuk menilai tahap kesedaran di antara pelbagai masyarakat di Malaysia. Kajian ini dijangka akan memberi manfaat untuk meningkatkan penglibatan masyarakat di semua peringkat dan memberikan pandangan mengenai pendekatan intervensi untuk mengukur tahap kesedaran mengenai Covid-19 dalam kalangan anggota masyarakat.

PERMASALAHAN KAJIAN

Kerajaan telah berusaha sedaya-upaya untuk membendung penularan virus Covid-19 dengan pelbagai inisiatif dan cara seperti pelaksanaan PKP secara berfasa. Namun sehingga kini jumlah pesakit yang positif dijangkiti oleh virus tersebut di Malaysia masih meningkat. Peningkatan kes jangkitan, menunjukkan bahawa tahap pengetahuan masyarakat terhadap bahaya virus Covid-19 ini masih di tahap yang membimbangkan. Menteri Kanan (Kluster Keselamatan), Datuk Seri Ismail Sabri Yaakob menyifatkan, kadar pematuan PKP dalam kalangan orang awam masih kurang dan jumlah mereka yang ditahan semasa sekatan jalan raya di seluruh negara kerana ingkar PKP masih tinggi berbanding sebelum ini.

Meskipun kerajaan telah mengarahkan larangan sebarang aktiviti perhimpunan awam, masih terdapat rakyat Malaysia yang ingkar dengan arahan dan dilihat masih berkumpul di tempat-tempat awam terutamanya di kawasan pasar dan kedai makan. Menteri Komunikasi dan Multimedia, Datuk Saifuddin Abdullah pula berkata, sejak arahan PKP dilaksanakan, majoriti rakyat akur dengan perintah itu tetapi ada sebilangan 10 peratus atau tiga juta penduduk masih gagal mematuhi arahan tersebut. Beliau berkata mungkin angka itu kecil tetapi dalam konteks penularan Covid-19, jumlah itu cukup besar untuk memburukkan lagi keadaan semasa dengan peningkatan kes negara.

Krisis kesihatan bukanlah satu-satunya masalah yang timbul semasa pandemik ini. Ekonomi, pasaran kewangan, dan buruh turut terkesan berikutan tindakan yang diambil oleh kerajaan atas nama kesihatan awam. Perkhidmatan penting (*essential*) dan tidak penting (*non-essential*) telah menjadi tumpuan tunggal bagi pembuat dasar. Rancangan alternatif bagi perkhidmatan yang tidak penting (*non essential*) adalah bekerja dari rumah semasa PKP dan tidak ramai yang dapat meneka berapa lama pelarasan ini berlaku untuk kerjaya mereka (Nur Ain & Dzurizah, 2021). Ini telah menimbulkan keresahan kepada masyarakat yang bergantung sepenuhnya kepada gaji harian. Perkara ini mendorong mereka untuk terus ingkar kepada arahan untuk kekal berada di rumah.

Kurangnya pengetahuan mengenai penularan Covid-19, pemahaman penduduk yang berisiko yang tidak mencukupi, dan tidak memperhatikan langkah pencegahan yang tegas masih berleluasa di antara kawasan dan populasi. Akibatnya, jangkitan Covid-19 terus merebak dan menyebabkan kesakitan dan kematian yang mendalam di seluruh dunia. Kesedaran dan pematuan yang masih kurang terhadap arahan PKP menerusi Kempen Stay-at-Home dalam kalangan penduduk di Malaysia amat membimbangkan. Oleh yang demikian, penganjuran Kempen Stay-at-Home ini tidak boleh dipandang ringan. Langkah keselamatan dan pencegahan risiko dijangkiti virus Covid-19 dan kematian akibat daripada jangkitan virus merbahaya ini masih dianggap kurang penting bagi sesetengah penduduk. Fenomena ini adalah sangat membimbangkan kerana penduduk yang berada di luar rumah dan berada di tempat

awam yang sesak akan menyebabkan mereka terdedah kepada risiko dijangkiti virus Covid-19 yang tinggi berbanding dengan mereka yang berada di rumah.

OBJEKTIF

Secara amnya, kajian ini adalah bertujuan untuk mengetahui mengapa masyarakat kurang memberi kerjasama terhadap Kempen Stay-at-Home. Secara terperinci, objektif kajian ini adalah:

1. Untuk mengenalpasti kejelasan tujuan Kempen Stay-at-Home diadakan.
2. Untuk mengenalpasti tahap keberkesanan mesej dalam Kempen Stay-at-Home.
3. Untuk melihat apakah implikasi Kempen Stay-at-Home terhadap masyarakat.

METODOLOGI KAJIAN

Kajian ini menggunakan pendekatan kualitatif untuk mendapatkan maklumat dan data yang diinginkan. Perbincangan kumpulan fokus telah dijalankan untuk melihat persepsi masyarakat mengenai kejelasan tujuan Kempen Stay-at-Home dilaksanakan, keberkesanan dan implikasinya terhadap masyarakat. Faktor-faktor dan isu-isu yang melibatkan pemahaman masyarakat terhadap Kempen Stay-at-Home dapat dikenal pasti menerusi dapatan yang digarap daripada perbincangan kumpulan fokus.

Soalan-soalan perbincangan kumpulan fokus dalam kajian ini diambil dari kajian Sitinurbayu et al., (2021) bertajuk “Tinjauan Awal Keberkesanan Kempen Stay-at-Home terhadap masyarakat di Kota Kinabalu, Sabah”, dimana terdapat kata kunci yang membantu menentukan bahagian yang perlu diterokai, namun masih membenarkan ruang untuk idea-idea yang signifikan untuk penambahbaikan kajian. Menurut Cohen & Crabtree (2006), perbincangan kumpulan fokus yang terdiri daripada soalan semi-struktur merupakan data kualitatif yang dipercayai dan ia merupakan format yang digunakan secara meluas dalam kajian kualitatif kerana mampu menyediakan pandangan yang menyeluruh terhadap sesuatu perkara. Ia juga malahan mampu mendokumentasi persepsi awam kerana pendekatan yang fleksibel terhadap pelbagai responden dalam membincangkan isu-isu utama kajian (Noor, 2008).

Justeru, perbincangan kumpulan fokus dilaksanakan untuk mengkaji tajuk penyelidikan secara lebih mendalam dan intensif serta dapat memahami khalayak dan tingkah laku mereka. Kaedah ini digunakan untuk mendapat kefahaman lebih mendalam tentang sesuatu isu (Kamarul Azmi, 2012). Seramai 20 individu yang terdiri daripada wanita dan lelaki berumur antara 17 hingga 51 tahun telah menyertai penyelidikan ini. Pemilihan informan adalah berdasarkan persampelan bertujuan (*purposive*). Informan adalah dalam kalangan rakyat Malaysia daripada pelbagai latar belakang demografi yang mempunyai pengalaman mengenai isu yang dibincangkan.

Segala data hasil daripada perbincangan kumpulan fokus telah ditranskripikan dan dianalisis dengan menggunakan teknik analisis tematik iaitu pengkaji menyusun hasil rakaman perbincangan kumpulan fokus dengan beberapa tema yang telah dikenalpasti. Kesemua tema tersebut kemudiannya dikodkan secara induktif dari rakaman perbincangan kumpulan fokus berdasarkan teori (Boyatzis, 1998). Persembahan data adalah secara deskriptif dan naratif. Perbincangan kumpulan fokus dapat menyalurkan maklumat berkaitan persepsi masyarakat terhadap kepentingan Kempen Stay-at-Home. Selain daripada itu, maklumat berguna kepada pihak berkuasa dapat diberikan disamping dapat memikirkan cara terbaik dalam menyampaikan mesej tentang kepentingan keselamatan masyarakat.

KEPENTINGAN KAJIAN

Kempen kesihatan awam di Malaysia didapati masih kurang mendapat sambutan menggalakkan dalam kalangan masyarakat (Siti Faidul Maisarah, 2017). Masyarakat lebih cenderung untuk mengambil sikap acuh tidak acuh terhadap gerak kerja kempen kesihatan awam yang dilaksanakan oleh Kementerian Kesihatan Malaysia (KKM). Hal ini dibuktikan menerusi tahap kepatuhan terhadap PKP sejak ianya dikuatkuasakan bermula fasa pertama sehingga fasa kedua. Saranan YAB Perdana Menteri kepada rakyat keseluruhannya untuk berada di rumah seolah tidak diberikan perhatian serius. Kebanyakan ahli masyarakat masih berani keluar dari rumah walaupun telah dilarang berbuat demikian.

Susulan penyebaran meluas wabak Covid-19, terdapat keperluan untuk mengawal penyebaran pantas wabak yang sedang melanda di seluruh komuniti ini. Para petugas kesihatan telah berusaha untuk mempercepatkan pembangunan dalam penyelidikan yang dikenalpasti dapat membantu meminimumkan penyebaran wabak penyakit merbahaya tersebut. Ini juga telah membantu kerajaan untuk mengembangkan langkah-langkah untuk mencegah penyebaran wabak di seluruh negara. Kerajaan telah mengambil langkah bijak dengan melancarkan Kempen Stay-at-Home walaupun sambutan yang diberikan oleh masyarakat kurang memuaskan. Kajian tertumpu kepada kesedaran masyarakat Malaysia terhadap Kempen Stay-at-Home.

Matlamat utama kempen kesihatan awam adalah untuk mengubah sikap dan tingkah laku manusia agar sedar dan berkelakuan seperti yang dianjurkan dalam kempen berkenaan. Pihak berkuasa kesihatan mempunyai kuasa penuh dalam merangka seterusnya melaksanakan pelan bertindak khusus bagi merealisasikan kempen kesihatan awam yang cekap dan berkesan. Keupayaan pihak berkuasa kesihatan untuk menjalankan tugas dan tanggungjawab bergantung kepada maklum balas daripada masyarakat. Ahli-ahli masyarakat diyakini berfungsi sebagai sebahagian daripada kempen kesihatan awam yang diharapkan memberikan tindak balas yang bersesuaian dengan objektif kempen kesihatan awam itu sendiri. Terdapat kemungkinan wujud keperluan untuk mendidik dan mengasuh minda ahli masyarakat agar memahami tujuan kempen duduk di rumah sepanjang tempoh PKP dilaksanakan.

KEMPEN KESIHATAN DAN MODEL KAP

Model KAP (*Knowledge-Attitude-Practise/Behavior*) merujuk kepada pengetahuan, sikap, amalan dan tingkahlaku (Mahmud & Siarap, 2013; Nor Kalsum, 2016). Model KAP digunakan dalam penyelidikan ini adalah bertujuan untuk menganalisis tahap kesedaran masyarakat Malaysia terhadap kepentingan PKP menerusi Kempen Stay-at-Home. Nor Kalsum (2016) menyatakan bahawa berdasarkan model KAP, penambahan pengetahuan pada seseorang akan mendorong kepada perubahan sikap. Ujar beliau lagi, perubahan terhadap sikap pula akan menyebabkan berlakunya perubahan pada amalan atau tingkahlaku seseorang. Berdasarkan model ini, pengetahuan merupakan asas kepada penentuan sikap, niat dan tingkah laku. Pengetahuan dapat ditingkatkan melalui pendedahan terhadap maklumat baharu melalui ceramah, kelas, media, syarahan dan lain-lain aktiviti yang bersikap ilmiah. Dalam konteks kajian ini adalah kempen. Dari aspek sikap pula, seseorang selalunya bertindak berdasarkan sikap yang terbina daripada pengetahuan. Oleh itu, perubahan pada sikap membawa kepada perubahan terhadap tingkah laku. Amalan atau tingkah laku seseorang adalah berdasarkan pengetahuan yang diperolehi. Beberapa kajian lepas menggunakan analisis pengetahuan, sikap dan amalan (KAP) telah dijalankan di Malaysia untuk mencapai tahap pengetahuan, sikap dan amalan masyarakat. Justeru, penyelidikan ini membincangkan secara ringkas mengenai penemuan kajian berdasarkan pengetahuan, analisis sikap dan amalan yang digunakan untuk menilai tahap kesedaran di antara pelbagai masyarakat di Malaysia.

Dalam kajian lepas, model KAP digunakan untuk menyiasat langkah pencegahan Covid-19 dalam kalangan pekerja kesihatan. Model ini digunakan untuk untuk mengkaji tahap kepatuhan terhadap langkah pencegahan penyakit. Pengetahuan yang baik dan sikap positif dikenalpasti wujud apabila ia melibatkan risiko peribadi dan ahli keluarga untuk dijangkiti penyakit ini. Ini menunjukkan tahap proaktif pekerja kesihatan terhadap virus tersebut. Walau bagaimanapun, tahap pengetahuan dan sikap yang diperhatikan lebih rendah daripada yang diharapkan berdasarkan tahap kedudukan pekerja kesihatan. Model ini dikenalpasti memberi nilai tambah terhadap pendidikan dan kempen untuk pekerja kesihatan. Justeru, untuk mengkaji kepatuhan terhadap langkah pencegahan penyakit dengan menggunakan model pengetahuan, sikap dan amalan (KAP) adalah penting. Model ini digunakan untuk menyiasat niat seseorang kepada tingkah laku atau sikap tertentu terhadap tingkah laku tertentu. Model KAP telah menyumbang kepada pengetahuan perubatan baharu dan digunakan untuk merangka amalan terbaik klinikal (Obiageli, Osuolale, Owolewa, & Peterside, 2021).

Sekumpulan penyelidik dari Unit Kesihatan Awam, Universiti Sains Islam Malaysia telah melaksanakan satu kajian mengenai Covid-19. Hasil yang diperolehi daripada dapatan kajian menunjukkan skor pengetahuan, sikap dan amalan Covid-19 mencerminkan tahap pemahaman dan kesediaan pelajar terhadap wabak tersebut. Kajian mereka ini mencerminkan usaha yang dilakukan oleh pihak berkuasa kesihatan tempatan dalam memberikan maklumat kesihatan mengenai Covid-19 kepada penduduk. Penemuan dari kajian tersebut dapat digunakan untuk merancang kempen kesihatan awam bagi mengurangkan penularan dan penyebaran Covid-19 di kalangan masyarakat (Amirah Azzeri et al., 2021)

Dalam satu kajian yang serupa, Shi et al., (2020) telah menggunakan model KAP untuk mengkaji mengenai kakitangan perubatan di sebuah hospital psikiatri mengenai pengetahuan mereka mengenai Covid-19. Kajian tersebut telah digunakan untuk meramal kesediaan kakitangan perubatan untuk merawat pesakit yang dijangkiti virus Covid-19. Menerusi kajian ini, dikenalpasti bahawa perhatian lebih harus diberikan kepada pengetahuan dan sikap kakitangan yang dianggap sebagai pekerja penting (*essential workers*). Hujah ini disokong oleh Azlan et al., (2020) di mana menerusi kajian mereka, didapati bahawa pengetahuan, sikap, dan amalan orang terhadap penyakit Covid-19 memainkan peranan penting dalam menentukan kesediaan rakyat Malaysia untuk menerima tindakan perubahan tingkah laku dari pihak berkuasa kesihatan.

Untuk mengatasi penyebaran penyakit, para penyelidik bersetuju bahawa apa pun langkah dan prosedur operasi standard yang perlu dilaksanakan, keberkesanan langkah-langkah tersebut adalah sangat bergantung kepada pengetahuan, sikap dan amalan (KAP) individu di kawasan terlibat. Justeru, menerusi hasil kajian ini diharap dapat membantu memperdalamkan lagi hasil dapatan yang diperolehi dari kajian-kajian lepas serta dapat mengatasi kelemahan-kelemahan yang terdapat dalam kajian lepas.

DAPATAN KAJIAN

Dapatan kajian diperolehi berdasarkan tiga (3) soalan penting yang dikemukakan menerusi perbincangan kumpulan fokus yang telah dijalankan. Soalan-soalan tersebut diberi tumpuan berbanding dengan soalan-soalan yang lain kerana penyelidik merasakan soalan-soalan tersebut lebih relevan dengan konteks kempen yang ingin dikaji iaitu mengenai kejelasan tujuan kempen diadakan, keberkesanan dan implikasinya terhadap masyarakat. Didapati terdapat beberapa perspektif menarik yang dapat dirumuskan menerusi kaedah perbincangan kumpulan fokus yang telah dijalankan.

Tujuan Kempen Stay-at-Home Tidak Jelas

Kajian ini mendapati bahawa masyarakat menerima mesej yang disampaikan oleh kerajaan, tetapi tahap pemahaman masyarakat adalah berbeza-beza berdasarkan tafsiran individu tersebut.

"For me, kalau ikutkan saya punya perspektif... Saya rasa kerajaan ni dia nak create satu ideology di mana "we cannot beat Covid-19 as for now. So, what we can do is, we have to live with the pandemic". Tapi untuk kerajaan mengutarakan kempen "Ok jom hidup dengan pandemic Covid-19..." Tak boleh. Because people akan panik, betul tak? But dengan menggunakan cara ini, dia orang seeding. So, this is the government seeding the people of Malaysia to try and live with the pandemic... aaa... ini apa yang saya nampak."

(Informan Wanita 2, 32 tahun, Berkahwin, Kuala Lumpur)

"I think during the first phase kita berjaya but the second phase, it's been effecting for everyone sebab kita... kita tak kerja kan kita rasa macam tertekan duduk di rumah... you know... When people say less is more, so lebih terlalu banyak masa dengan keluarga pun macam stressing juga... I can agree, dulu berjaya now tak berjaya sebab people nak kena keluar..."

(Informan Wanita 7, 24 tahun, Bujang, Selangor)

"Ok saya nak tambah sedikit... saya perlu highlight kat sini because not just because our mental health whatsoever... People need to go out and work... Need to go out search for income. Kalau tak ada then... That's why sebelum ini banyak cases yang depress lah, bunuh diri because they don't have sources income... So, they need of going out not just because of mental health, not just because stress duduk kat rumah but it is because they need of getting money sebab zaman sekarang takde duit, we can't do anything... So, the urge for going out is not because of mental health, is not because of leak of stress out... (It is) the need of getting sources of income."

(Informan Wanita 2, 32 tahun, Berkahwin, Kuala Lumpur)

Keberkesanan penyaluran mesej kepada khalayak sasaran sering dipersoalkan di mana terdapat publik yang masih belum mengubah sikap walaupun usaha penyebaran maklumat telah banyak dilakukan (Rosli, 2016). Berdasarkan kepada pusingan difusi pembujukan dalam menerapkan perubahan tingkah laku, maklum balas publik yang disasarkan terutama dalam konteks perubahan tingkah laku adalah bergantung kepada fasa kesedaran, minat, penilaian, percubaan, penerimaan dan pengukuhan (Rogers, 1983). Pusingan difusi tersebut menunjukkan bahawa strategi kempen berkesan bukan hanya bergantung kepada sebanyak mana maklumat disebarkan, malah turut bergantung kepada pemilihan medium kempen dan sejauh mana medium tersebut sesuai dengan kehendak dan keperluan khalayak (Maizatul Haizan et al., 2019). Justeru sasaran mesej haruslah ditetapkan supaya fokus dapat diberikan kepada khalayak sasaran untuk tujuan keberkesanan kempen.

Keberkesanan Kempen Stay-at-Home

Keberkesanan kempen berkurang secara berkadar dengan masa. Semakin lama kempen dijalankan, semakin kurang keberkesanannya. Ini didorong oleh beberapa faktor seperti,

pembukaan beberapa sektor dan masyarakat semakin memahami situasi pandemik serta kurangnya penguatkuasaan yang ketat oleh pihak kerajaan.

"Sebenarnya Kempen Stay-at-Home ni yang masa mula-mula dulu berjaya lah, sebabnya semua orang takut, benda tu (Covid-19) benda baru jadi... Kerajaan pulak bila dia buat lockdown tu memang betul-betul buat. So, kebanyakan orang memang dia Stay-at-Home. Memang dia buat betul-betul nak putus rantai (Covid-19) tu..."

(Informan Lelaki 1, 42 tahun, Berkahwin, Kelantan)

"Dalam usaha kerajaan untuk memutuskan rantai Covid-19 ni... aaa... dia come out dengan Kempen Stay-at-Home, dia ada come out dengan Kempen Jaga SOP dan sebagainya. Kempen Stay-at-Home ni tidak berapa sesuai untuk memutuskan rantai compared to Kempen Jaga SOP. Maksudnya jaga ... jaga SOP ini, kita still boleh keluar tapi kita jaga jarak... kita kena pakai mask, jangan salam dan sebagainya. Maknanya... aaa... dengan mewartakan kepada masyarakat untuk Stay-at-Home ni tidak begitu berkesan untuk putus rantai compared to other campaign."

(Informan Wanita 11, 42 tahun, Berkahwin, Sabah)

"Kalau dia (kerajaan) buat lockdown kita stop dulu macam dulu... tak (boleh) keluar... Apa yang saya cakap sekarang ni benda ni Stay-at-Home ni berkesan kalau dari segi... aaa... orang atasan (kerajaan) buat benda yang sama. Dia (kerajaan) kena betul-betul tegas lah. So, benda tu nak kena alert bukan di pihak bawahan tapi yang atasan yang memainkan peranan dulu. Itulah saya punya pendapatlah dari segi benda ni."

(Informan Lelaki 1, 42 tahun, Berkahwin, Kelantan)

"Kempen Stay-at-Home ni dia tidak synchronize dengan penguatkuasaan... aaa... You minta orang Stay-at-Home tapi at the same time you buka sector... aaa... perkilangan, sekolah, macam macam... aaa... Boleh pergi bersukanlah... Lepas tu kedai gunting rambut dibenarkan... Maknanya... aaa... dia sebenarnya tak ngam. Maksudnya you nak putus rantai tapi sebenarnya you create satu benda yang bertambah tambah pulak lagi jangkitan kan..."

(Informan Wanita 11, 42 tahun, Berkahwin, Sabah)

"Kempen tu macam kempen je tapi macam keberkesanan memang itu dah takde sebab saya rasa satu je, apa... penguatkuasaan. Saya rasa kalau dia orang (kerajaan) kuatkuasa saya rasa... aaa... kempen ni orang akan rasa takut tau... tapi disebabkan takde penguatkuasaan saya rasa macam buat apa nak duduk rumah dan polis tak marah, so keluar je lah. Saya rasa memang sekarang inilah memang kempen bukan takde, (tapi) kurang (berkesan)."

(Informan Wanita 8, 51 tahun, Berkahwin, Perak)

Keberkesanan sesebuah kempen bergantung kepada mesej yang mencapai khalayak sasaran. Menurut Mohd Yusof (2002), sesebuah mesej perlu dipastikan sampai kepada sasaran, diterima dan disimpan oleh sasaran. Setiap mesej yang ingin disampaikan menerusi kempen perlu dirangka dengan sewajarnya agar kandungan mesej tersebut berkesan mencapai khalayak sasaran. Oleh yang demikian, kerajaan perlu mengambil langkah yang sewajarnya agar mesej

secara bersasaran dapat dilaksanakan dengan berkesan. Penyelidikan perlu dilaksanakan sebelum sesebuah kempen itu dihasilkan kerana ia merupakan satu elemen penting yang bertujuan untuk memastikan kempen yang berkesan dapat dicapai. Penggunaan saluran media dan komunikasi yang sesuai dilihat dapat membantu meningkatkan kesedaran masyarakat khususnya dalam usaha mengurangkan masalah kesihatan awam (Mohamad Hafifi et al., 2017).

Implikasi Kempen Stay-at-Home kepada Masyarakat

Tahap implikasi keterlibatan informan dengan kempen Stay-at-Home anjuran kerajaan dilihat dari segi pemikiran, perasaan dan tingkah laku. Dalam erti kata yang lain, sejauh manakah kempen Stay-at-Home ini benar-benar memberi impak kepada informan seperti mana yang diharapkan sehingga mereka dapat memberikan pelbagai reaksi terhadap pelaksanaan kempen tersebut. Menerusi Perbincangan Kumpulan Fokus, didapati majoriti informan menyatakan Kempen Stay-at-Home tidak relevan dengan situasi semasa masyarakat di Malaysia. Pelbagai alasan diberikan untuk menyokong hujah mereka.

"Buat masa sekarang ni, kalau diikutkan... (Kempen) Stay-at-Home ni, memang dah tak berkesanlah... Memang dah tak relevan lagi lah sebab dia... aaa...kebanyakan orang pun dah vaksin dah dua dos... aaa... jadi... aaa... dia dah tak perlulah nak Stay-at-Home... Dia dah boleh pergi mana-mana... So, bermakna (Kempen) Stay-at-Home ni memang dah tak relevan dah... Tak perlu dah nak buat lagi... Yang perlu... akan buat nanti... aaa... ialah... (Kempen) kena (jaga) SOP... Yang paling penting tu lah... aaa... Jaga jarak... Pakai mask... aaa... Pakai shield... aaa... tu je."

(Informan Lelaki 1, 42 tahun, Berkahwin, Kelantan)

"(Kempen) Stay-at-Home... aaa... Pada masa sekarang, saya rasa dia... aaa... Kurang relevan sudah sebab... Kita kan sudah ada vaksinasi dan keperluan orang ramai keluar berkerja..."

(Informan Lelaki 6, 24 tahun, Bujang, Sabah)

"Mentaliti orang... Sesetengah orang, "kau orang buat kempen, kau bagi kami ganjaran baru kami mau ikut. Kalau kau tak bagi, kami tidak akan ikut." Saya punya jiran, saya tidak tahulah dia kurang kemampuan ke apa ke... bila saya cakap "Stay-at-Home", dia cakap "Saya mau duduk di rumah kalau dia (kerajaan) bagi saya makanan. Apa guna dia orang jadi Menteri kalau dia orang tak bagi saya makanan." Sebab tu saya cakap kempen berganjaran. Kebanyakannya orang minta ganjaran daripada kempen tersebut."

(Informan Wanita 5, 24 tahun, Bujang, Sabah)

"Mentalitilah... Cara orang berfikir sebab sebenarnya (Kempen) Stay-at-Home ni bukan selama-lamanya... Dia (kempen) dalam certain certain time je. Contohnya, kalau kita buat total lockdown sebulan sahaja... tolonglah duduk dekat rumah sebulan je sampai rantaian ni boleh diputuskan lepas tu kita jalani kehidupan yang normal balik kan... Bukan kita suruh duduk di rumah selama-lamanya. Orang salah faham kot dengan kempen tu... aaa..."

(Informan Wanita 11, 42 tahun, Berkahwin, Sabah)

*"Saya rasa Kempen Stay-at-Home ni tidak relevan untuk waktu sekarang, saya rasa kempen menjaga SOP itu... is better... Lebih mudah untuk execute in national level... dan saya rasa ayat "untuk memutuskan rantai covid" tu juga dah tak relevan juga... Mungkin kita boleh guna ayat yang lain macam "mengurangkan risiko jangkitan Covid 19" aaa... Itu lagi better dan lebih orang faham dan lebih mudah untuk orang ikut... So, saya rasa penggunaan bahasa dan juga the way how they stretch out the campaign...kena improvise.
(Informan Wanita 2, 32 tahun, Berkahwin, Kuala Lumpur)*

KESIMPULAN

Kajian ini mendapati bahawa menerusi kempen kesihatan awam (Stay-at-Home) yang dianjurkan, masyarakat memahami mesej yang disampaikan oleh pemerintah. Namun masyarakat kurang menyokong usaha yang dilakukan untuk memutuskan rantai virus Covid-19 disebabkan oleh pelbagai faktor seperti tekanan (*stress*), keperluan keluar bekerja, tiada ganjaran, kurang penguatkuasaan dan sebagainya. Menerusi kajian ini juga, didapati bahawa Kempen Stay-at-Home kurang berjaya menerapkan kesedaran terhadap pematuhan untuk masyarakat kekal berada di rumah bagi mengurangkan pergerakan agar virus Covid-19 tidak terus merebak kepada orang ramai. Ini dapat dilihat menerusi jumlah masyarakat yang melanggar arahan PKP yang dilaksanakan oleh kerajaan. Masyarakat masih ingkar dengan arahan kerajaan untuk kekal duduk di rumah dengan memberi pelbagai alasan untuk keluar rumah. Misi kerajaan adalah untuk menjaga dan melindungi masyarakat daripada dijangkiti virus yang merbahaya ini. Namun begitu, kerjasama daripada masyarakat dari segi pematuhan arahan dari kerajaan adalah amat diperlukan dalam memastikan rantai virus Covid-19 ini dapat diputuskan dan dihapuskan dengan menyeluruh. Kedegilan masyarakat boleh menjejaskan usaha kerajaan dalam mengawal penularan penyakit berjangkit ini. Justeru, menerusi kajian ini boleh dikatakan bahawa Kempen Stay-at-Home kurang berkesan dalam mengekang penularan virus Covid-19.

Berbandukan model KAP yang digunakan serta hasil daripada maklum balas perbincangan kumpulan fokus yang dilaksanakan, tahap pendedahan dan pengetahuan tentang kempen Stay-at-Home dalam kalangan masyarakat Malaysia adalah ditahap sederhana. Kempen kesihatan awam terhadap virus Covid-19 secara positif mempengaruhi sikap informan terhadap pencegahan dan kawalan penyakit ini. Terdapat hubungan signifikan yang positif antara tahap pendedahan kepada kempen media Covid-19 dan tahap pengetahuan penyakit ini dalam kalangan masyarakat. Kempen bukan sahaja bertujuan untuk menyebarkan maklumat, tetapi juga menggunakan teori tingkah laku dan pemujukan serta pengulangan untuk menasarkannya dalam sikap terhadap kesihatan. Setiap kempen harus diikuti dengan penilaian keberkesanannya. Namun begitu, Kempen Stay-at-Home yang bertujuan untuk menyedarkan orang ramai tentang virus Covid-19 telah dinilai kurang berkesan disebabkan oleh beberapa faktor. Justeru, terdapat keperluan untuk menggunakan lebih banyak strategi dalam pelaksanaan kempen untuk meningkatkan penyampaian mesej kesihatan ini dengan lebih berkesan.

Pengkaji merujuk kepada sorotan literatur sebagai landasan untuk menyelidik mengukuhkan data dan menjelaskan pendirian penyelidik dalam merumuskan hasil kajian. Justeru, menerusi hasil kajian yang dipaparkan diharap dapat menjadi panduan kepada sebuah penyelidikan yang lebih mendalam terhadap keberkesanan kempen pencegahan penularan penyakit berjangkit di negara ini. Ini sejajar dengan agenda utama kerajaan iaitu sebuah kempen kesihatan awam (Stay-at-Home) dilaksanakan adalah untuk mendorong kepada pengurangan kebolehan jangkitan dan penularan virus Covid-19. Oleh kerana Covid-19 merupakan virus yang merebak dengan pantas dan mempunyai kesan buruk dalam masa yang

singkat maka adalah penting bagi kerajaan terutamanya pihak berkuasa kesihatan merancang strategi yang sesuai untuk mengawal penularan penyakit berjangkit ini. Seharusnya, penghasilan kempen yang betul, mampu membangkitkan kesedaran dalam diri masyarakat terhadap kesihatan dan keselamatan sejagat. Penyelidikan lanjut untuk menyasat pengetahuan, sikap dan amalan terhadap kempen Stay-at-Home akan membantu dalam penerimaan dan pelaksanaan dasar masa depan yang berjaya untuk mempromosikan kempen kesihatan di Malaysia.

PENGHARGAAN

Penyelidikan ini tidak mungkin dapat dilakukan tanpa sokongan daripada Universiti Malaysia Sabah (UMS) menerusi Skim Dana Khas (SDK) dengan kod SDK0217-2020. Pengarang mengucapkan terima kasih kepada UMS untuk pembiayaan projek penyelidikan ini.

RUJUKAN

- Amirah Azzeri, et al. (2021). Determining Factors Associated with the Knowledge, Attitude and Practice of Covid19 Pandemic Among Medical Students in Malaysia. *Malaysian Journal of Public Health Medicine 2021*. Vol 21(2): 321-328
- Azlan, A.A., Hamzah, M.R., Sern, T.J., Ayub, S.H. and Mohamad, E. (2020) Public Knowledge, Attitude and Practices towards Covid-19: A Cross-Sectional Study in Malaysia. *PloS ONE*, 15, e0233668. <http://doi.org/10.1371/journal.pone.0233668>
- Farrelly M.C., Nonnemaker J., Davis K.C., Hussin A. (2009). The influence of the national truth campaign on smoking initiation. *Am J Prev Med* ; 36: 379–84.
- Maizatul Haizan Mahbob, Nik Anis Syakira Megat Ali, Wan Idros Wan Sulaiman & Wan Amizah Wan Mahmud. (2019). Komunikasi strategik dan peranannya untuk mewujudkan komunikasi berkesan dalam organisasi. *Jurnal Komunikasi*. 35(2), 49-67.
- Mohamad Zahir Zainudin, Roziah Omar, Mohd Fauzi Kamarudin (2016). Kaedah Gabungan (Mixed Method) dalam Kajian Pembasmian Kemiskinan di Malaysia dan Indonesia: Pengalaman Penyelidikan. *Journal of Human Capital Development*. Vol 9: 47-58
- Nur Ain Alifuddin & Dzurizah Ibrahim. (2021). Studies on the Impact of Work from Home during Covid-19 Pandemic: A Systematic Literature Review. *Jurnal Komunikasi Borneo 2021*. Vol 9
- Obiageli, U. N., Osuolale, K. A., Owolewa. R. O., Peterside. D. (2021). Knowledge, Attitude, and Perception of COVID-19 among Maritime Workers in the United Kingdom and Nigeria during the First Wave of the Pandemic. *Journal of Biosciences and Medicines*. Vol. 9 No. 6
- Shema Tariq & Woodman, J. (2013). Using mixed methods in health research. *Journal of the Royal Society and Medicine*, 4(6), diakses dari <http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC3697857/>. Doi: 10.1177/2042533313479197.
- Shi, Y., Wang, J., Yang, Y., Wang, Z., Wang, G., Hashimoto, K., Liu, H., et al. (2020) Knowledge and Attitudes of Medical Staff in Chinese Psychiatric Hospitals Regarding COVID-19. *Brain, Behavior, & Immunity—Health*, 4, Article ID: 100064. <https://doi.org/10.1016/j.bbih.2020.100064>
- Siti Faidul Maisarah Abdullah. (2017). Faktor Audien Sasaran Sebagai Penghalang Keberkesanan Kempen Antimerokok. Tesis Ijazah Doktor Falsafah Universiti Putra Malaysia.
- Wakefield, A.M., Loken, B., Hornik, C.R. (2010). Use of mass media campaigns to change health behaviour, *Lancet*; 376: 1261–71

- Wallack, L. & Dorfman L. (1996). Media advocacy: A strategy for advancing policy and promoting health. *Health Educ Q* ; 23: 293–317.
- Zhong, B.-L., Luo, W., Li, H.-M., Zhang, Q.-Q., Liu, X.-G., Li, W.-T. and Li, Y. (2020) Knowledge, Attitudes, and Practices towards COVID-19 among Chinese Residents during the Rapid Rise Period of the COVID-19 Outbreak: A Quick Online Cross-Sectional Survey. *International Journal of Biological Sciences*, 16, 1745. <https://doi.org/10.7150/ijbs.45221>