

KEBERKESANAN PROGRAM KESEDARAN AWAM AADK MELALUI PENDEKATAN PEMASARAN SOSIAL

Prof. Dr Azizul Halim Yahya
Prof.Madya Datuk Dr Ismail Sualman
Zulkipli Abu Bakar
Zaliffah Abd Wahab
Nora Noordin
Hamimda Agil
Antashah Mohd Nor
Anuar Ali
Mohd Nur Najmi Nuji

Universiti Teknologi MARA

ABSTRAK

Kempen perangi dadah habis-habisan telah dilancarkan pada tahun 2016 berikutan jumlah penagih muda dan produktif menyumbang sebanyak 73.4% serta umur mula penagih semakin muda iaitu 7 tahun. Segalanya bermula dari rumah. Kempen ini menyeru agar sama-sama kita pastikan keluarga kita hidup sejahtera tanpa dadah. Keadaan ini terjadi kerana terdapat pelbagai faktor yang boleh mempengaruhi penyalahgunaan dadah. Kajian ini bertujuan mengkaji sejauh mana keberkesanan kempen yang dijalankan dapat mempengaruhi khalayak sasaran. Walaupun saban tahun begitu besar peruntukan kempen dilaksanakan, kadar penagihan dan juga kes-kes tangkapan semakin meningkat. Kajian ini cuba mengungkap faktor-faktor yang memberi kesan kepada kempen pencegahan dan sejauh mana khalayak melibatkan diri dalam aktiviti yang dijalankan oleh pihak berwajib bagi memerangi dadah. Objektif pertama kajian ini adalah untuk mengenal pasti sejauh mana keberkesanan kempen promosi terhadap tahap kesedaran dan pengetahuan mengenai bahaya dadah dalam kalangan masyarakat. Kedua, mengenal pasti sejauh mana penglibatan dalam kalangan warga AADK dan pemegang taruh terhadap kempen pencegahan dan pendidikan yang dilaksanakan oleh AADK. Ketiga, mengenal pasti sejauh mana mesej kempen AADK memberi kesedaran dan mempengaruhi tingkah laku dalam kalangan masyarakat dan yang keempat, mengemukakan perancangan dan pelaksanaan strategik yang holistik untuk AADK berfungsi dengan lebih bersepadu, meluas dan berkesan memerangi dan menangani penyalahgunaan najis dadah secara menyeluruh. Sehubungan itu, pendekatan dan teori pemasaran sosial telah digunakan. Metodologi yang digunakan adalah kaedah kualitatif iaitu temu bual mendalam, perbincangan kumpulan fokus serta analisa kandungan. Hasil kajian ini mendapati bahawa pihak AADK perlu memperkasakan lagi kempen kesedaran awam yang dijalankan kerana masyarakat masih tidak dapat memahami mesej serta menghayati mesej yang disampaikan tentang bahaya penyalahgunaan dadah.

Kata kunci: *Agensi Antidadah Kebangsaan, Teori Pemasaran Sosial, Kesedaran Awam, Kempen, Penyalahgunaan Dadah.*