

**Pengiklanan**  
*dan*  
**Kanak-kanak**



# Pengiklanan *dan* Kanak-kanak

ANDREAS TOTU  
HALINA SENDERA MOHD YAKIN

**PENERBIT UNIVERSITI MALAYSIA SABAH**

Kota Kinabalu • Sabah • Malaysia

<http://www.ums.edu.my>

2016

---

Ahli Majlis Penerbitan Ilmiah Malaysia (MAPIM)

---

© Universiti Malaysia Sabah, 2016

Hak cipta terpelihara. Tiada bahagian daripada terbitan ini boleh diterbitkan semula, disimpan untuk pengeluaran atau dikeluarkan ke dalam sebarang bentuk sama ada dengan cara elektronik, gambar serta rakaman dan sebagainya tanpa kebenaran bertulis daripada Penerbit Universiti Malaysia Sabah, kecuali seperti yang diperuntukkan dalam Akta 332, Akta Hak Cipta 1987. Keizinan adalah tertakluk kepada pembayaran royalti atau honorarium.

Segala kesahihan maklumat yang terdapat dalam buku ini tidak semestinya mewakili atau menggambarkan pendirian mahupun pendapat Penerbit Universiti Malaysia Sabah. Pembaca atau pengguna buku ini perlu berusaha sendiri untuk mendapatkan maklumat yang tepat sebelum menggunakan sebarang maklumat yang terkandung di dalamnya. Pandangan yang terdapat dalam buku ini merupakan pandangan ataupun pendapat penulis dan tidak semestinya menunjukkan pendapat atau polisi Universiti Malaysia Sabah. Penerbit Universiti Malaysia Sabah tidak akan bertanggungjawab terhadap sebarang masalah mahupun kesulitan yang timbul, sama ada secara menyeluruh atau sebahagian, yang diakibatkan oleh penggunaan atau kebergantungan pembaca terhadap kandungan buku ini.

Perpustakaan Negara Malaysia

Data Pengkatalogan-dalam-Penerbitan

Andreas Totu

Pengiklanan dan Kanak-kanak / ANDREAS TOTU, HALINA SENDERA MOHD YAKIN.

ISBN 978-967-0521-69-5

1. Advertising and children.

2. Advertising--Psychological aspects.

I. Halina Sendera Mohd Yakin, 1974- II. Judul.

695.1

Muka taip teks:

Calibri

Saiz taip teks dan *leading*:

11/14 poin

Diterbitkan oleh:

Penerbit Universiti Malaysia Sabah  
Tingkat Bawah, Perpustakaan  
Universiti Malaysia Sabah  
Jalan UMS

88400 Kota Kinabalu, Sabah.

Dicetak oleh:

Percetakan Keningau Sdn Bhd

Lot 26, Phase 1, HSK Industrial Centre, km 8,

Jalan Penampang, 88300 Kota Kinabalu, Sabah.

# KANDUNGAN

	Muka surat
<b>Senarai Rajah</b>	<b>vii</b>
<b>Senarai Jadual</b>	<b>vii</b>
<b>Prakata</b>	<b>xi</b>
<b>Bab 1</b>	<b>1</b>
<b>MEDIA, PENGIKLANAN DAN KANAK-KANAK</b>	
Pengenalan	
Kanak-kanak dalam Kajian Media	
Pendedahan kepada Televisyen dan Pengiklanan	
Pendekatan Kajian Berkenaan Kekesanan Media dan Pengiklanan	
Iklan dan Pengiklanan	
Iklan dan Masyarakat	
Pengiklanan di Malaysia	
<b>Bab 2</b>	<b>35</b>
<b>GAYA HIDUP KANAK-KANAK MASA KINI</b>	
Pengenalan	
Kehidupan Kanak-kanak	
Makanan dan Pemakanan Kanak-kanak	
Iklan dan Kanak-kanak	
<b>Bab 3</b>	<b>59</b>
<b>KANAK-KANAK DAN CORAK PEMAKANAN MASA KINI</b>	
Pengenalan	
Corak Pemakanan Kanak-kanak	
Faktor Mempengaruhi Corak Pemakanan Kanak-kanak	
Faktor Biologikal	
Faktor Psikologi	
Faktor Sikap dan Kepercayaan terhadap Makanan	
Faktor Ekonomi dan Fizikal	
Faktor Sosial, Persekitaran, Keluarga dan Rakan Sebaya	
Faktor Media	
Pengiklanan dan Teori Pemupukan ( <i>Cultivation Theory</i> )	
Kesan Kumulatif ( <i>Cumulative Effects</i> )	
Kesan Keseragaman ( <i>Mainstreaming Effects</i> )	
Proses Pelbagai Hala ( <i>Multidirectional Process</i> )	

Kesan Gema (*Resonance Effects*)  
Pengiklanan dan Corak Pemakanan Kanak-kanak

<b>Bab 4</b>	<b>CORAK PEMAKANAN KANAK-KANAK DI SABAH</b>	<b>91</b>
	Pengenalan	
	Data Demografi	
	Corak Menonton Televisyen	
	Corak Pemakanan Kanak-kanak di Sabah	
	Jenis Tarikan Iklan ( <i>Ads Appeal</i> ) yang Membentuk Persepsi Kanak-kanak dalam Pemilihan Makanan	
	Pendedahan kepada Iklan dan Corak Pemilihan Makanan Kanak-kanak	
	Faktor Lain yang Mempengaruhi Pemilihan Makanan dalam Kalangan Kanak-kanak	
	Kesimpulan	
<b>Bab 5</b>	<b>IKLAN, PEMAKANAN DAN OBESITI</b>	<b>129</b>
	Pengenalan	
	Iklan Televisyen di Malaysia	
	Iklan Televisyen dan Corak Pemilihan Makanan Kanak-kanak di Sabah	
	Corak Pemilihan Makanan dan Masalah Obesiti	
	Faktor Lain yang Menyumbang Corak Pemilihan Makanan Kanak-kanak	
<b>Bab 6</b>	<b>CABARAN DAN MASA DEPAN KANAK-KANAK DI MALAYSIA</b>	<b>153</b>
	Pengenalan	
	Cabaran dan Masa Depan	
	Cadangan Penambahbaikan Kualiti Hidup Kanak-kanak di Sabah	
	Pengharaman Iklan Makanan Segera	
	Peranan Ibu Bapa dan Persekitaran Keluarga	
	Pengetahuan Tentang Makanan dan Pemakanan	

Kempen Pemakanan Seimbang  
Kawalan Kendiri  
Pemantauan Masa oleh Ibu Bapa  
Peranan Sekolah  
Kesedaran dan Celik Media  
Kesimpulan

**Rujukan**  
**Indeks**

## SENARAI RAJAH

Rajah	Muka Surat
1.1 Sumbangan perbelanjaan pengiklanan (Februari, 2011)	27

## SENARAI JADUAL

Jadual	Muka Surat
1.1 Perbelanjaan pengiklanan berdasarkan jenama 2011	28
2.1 Jualan <i>off-trade</i> vs <i>on-trade</i> minuman ringan mengikut saluran: Nilai 2005–2010	49
2.2 Jualan <i>off-trade</i> vs <i>on-trade</i> minuman ringan mengikut saluran: Peratus nilai pertumbuhan 2005–2010	49
2.3 Jualan <i>off-trade</i> vs <i>on-trade</i> minuman ringan mengikut saluran: Nilai 2010	50
2.4 Perbandingan kadar obesiti dalam kalangan penduduk dewasa di negara-negara Asia berbanding Amerika Syarikat	57
4.1 Tinjauan tarikan iklan di Malaysia 2007–2011	92
4.2 Responden kajian berdasarkan gender	97
4.3 Responden kajian berdasarkan umur	97
4.4 Kategori umur	98
4.5 Tabulasi umur dan gender	98
4.6 Lokasi tempat tinggal	98
4.7 Kumpulan etnik	99
4.8 Kategori etnik selepas perubahan	99
4.9 Skor min corak menonton televisyen	100
4.10 Menonton televisyen pada hujung minggu	100
4.11 Menonton televisyen pada hari-hari biasa	101
4.12 Perbezaan corak menonton televisyen pada hujung minggu antara lelaki dan perempuan	101
4.13 Perbezaan corak menonton televisyen pada hari biasa antara lelaki dan perempuan	101



4.14	Tahap signifikan perbezaan pendedahan televisyen antara UP dan AR pada hari-hari biasa	102
4.15	Skor min pendedahan televisyen pada hari-hari biasa antara UP dan AR	103
4.16	Tahap signifikan perbezaan pendedahan televisyen antara UP dan AR pada hujung minggu	103
4.17	Skor min pendedahan televisyen pada hujung minggu antara UP dan AR	104
4.18	Corak menonton televisyen pada hari biasa berdasarkan kumpulan etnik	104
4.19	Perbezaan menonton televisyen pada hujung minggu berdasarkan kumpulan etnik	105
4.20	Skor min aktiviti kanak-kanak semasa berada di hadapan televisyen	105
4.21	Skor min aktiviti di hadapan televisyen antara UP dan AR	106
4.22	<i>Independent samples test</i> – aktiviti kanak-kanak lelaki dan perempuan di hadapan televisyen	106
4.23	Skor min aktiviti kanak-kanak semasa menonton televisyen berdasarkan gender	107
4.24	Skor min aktiviti kanak-kanak semasa menonton televisyen berdasarkan lokasi tempat tinggal	107
4.25	Tahap signifikan perbezaan dalam aktiviti semasa di hadapan televisyen berdasarkan kumpulan etnik	108
4.26	Skor min perbezaan dalam aktiviti semasa di hadapan televisyen berdasarkan kumpulan etnik	109
4.27	Adakah kanak-kanak sukakan iklan?	109
4.28	Perbezaan minat iklan kanak-kanak UP dan AR	110
4.29	Skor min perbezaan kanak-kanak UP dan AR	110
4.30	Perbezaan minat iklan kanak-kanak lelaki dan perempuan	111
4.31	Skor min perbezaan minat iklan kanak-kanak perempuan dan lelaki	111
4.32	Perbezaan minat iklan antara kanak-kanak di bandar dan luar bandar	111

4.33	Skor min perbezaan minat iklan kanak-kanak di bandar dan luar bandar	112
4.34	Korelasi antara minat dan pola menonton televisyen	112
4.35	Korelasi di antara minat iklan dengan tonton iklan	112
4.36	Skor min aktiviti kanak-kanak semasa iklan disiarkan	113
4.37	Aktiviti kanak-kanak semasa iklan disiarkan	113
4.38	Skor min aktiviti semasa iklan disiarkan berdasarkan umur	114
4.39	Skor min aktiviti semasa iklan disiarkan berdasarkan gender	114
4.40	Skor min perbezaan aktiviti semasa iklan disiarkan berdasarkan lokasi tempat tinggal	115
4.41	Skor min pilihan makanan kanak-kanak	116
4.42	Pemilihan makanan segera berdasarkan jantungina	117
4.43	Skor min perbezaan pemilihan makanan lelaki dan perempuan	118
4.44	Skor min perbezaan tarikan iklan	118
4.45	Tarikan iklan makanan berdasarkan umur kanak-kanak	119
4.46	Skor min perbezaan tarikan iklan berdasarkan kategori umur	119
4.47	Kekuatan hubungan antara pendedahan iklan dengan pemilihan makanan	121
4.48	Skor min pemilihan makanan berdasarkan kategori penonton	122
4.49	Pendedahan televisyen vs pemilihan makanan dengan kawalan faktor-faktor lain	123
4.50	Pengaruh faktor-faktor lain terhadap pemilihan makanan kanak-kanak	124
5.1	Kekerapan iklan	131
5.2	Carta BMI berdasarkan umur	135
5.3	Contoh <i>BMI-for-age</i>	136
5.4	Corak menonton televisyen dalam kalangan peserta	141
5.5	Sumbangan/korelasi pendedahan iklan televisyen dengan corak pemilihan makanan kanak-kanak	143

5.6	Perbandingan kecenderungan pemilihan makanan segera antara KDU dan KDK	143
5.7	Pengecaman iklan antara kanak-kanak UP dan AR	145
5.8	Kefahaman pengiklanan berdasarkan gender	147
5.9	Kecenderungan terhadap makanan segera berdasarkan jantina	147
5.10	Iklan makanan dan masalah berat badan dan obesiti kanak-kanak	148
5.11	Pilihan makanan dalam kalangan kanak-kanak kurus, terlebih berat badan dan obes	149
5.12	Faktor-faktor lain dan corak pemilihan makanan kanak-kanak (selain daripada iklan televisyen)	151
5.13	Faktor-faktor yang berkaitan dengan corak pemilihan makanan kanak-kanak	151

## PRAKATA

**B**uku ini membincangkan peranan pengiklanan dalam kehidupan kanak-kanak di Malaysia, khususnya di Sabah. Perbincangan adalah berfokuskan kepada perspektif disiplin komunikasi dan media massa. Peranan pengiklanan telah banyak dikaji dan dirungkai disebabkan oleh tanggapan bahawa pengiklanan banyak mempengaruhi kehidupan masyarakat, khususnya dalam kalangan kanak-kanak yang dilihat sebagai lemah dan mudah dimanipulasi. Isu pengaruh pengiklanan dalam kehidupan kanak-kanak telahpun dikaji dari pelbagai sudut, daripada keganasan sehinggalah kepada peranan pengiklanan dari aspek kesihatan. Timbul perdebatan tentang kekesanan pengaruh iklan terhadap kanak-kanak. Ada pengkaji yang mendapati bahawa pengiklanan mempunyai kesan signifikan terhadap kehidupan kanak-kanak. Namun, ada pula yang mendapati pengiklanan langsung tidak memberi impak. Kumpulan pengkaji kedua ini lebih cenderung untuk menyokong pendapat yang mengatakan bahawa pengiklanan hanyalah salah satu daripada beberapa faktor yang mempengaruhi kehidupan kanak-kanak. Malah, ada pula yang mempercayai bahawa pengiklanan tidak semestinya membawa kesan negatif, sebaliknya boleh membawa kesan yang positif terhadap kehidupan kanak-kanak.

Bagaimanapun, kebanyakan kajian tersebut dilakukan di negara Barat. Amat kurang literatur mahupun kajian yang dilakukan di Malaysia, terutama di Sabah. Oleh hal yang demikian, penulis melaksanakan beberapa kajian berkaitan dengan pengiklanan dan kanak-kanak di Sabah. Dua kajian telah dimasukkan di dalam buku ini untuk dijadikan bahan perbincangan. Selain membincangkan hasil dapatan kedua-dua kajian tersebut, penulis telah memberikan sedikit perbincangan berkaitan dengan iklan dan pengiklanan dan kaitannya dengan masyarakat secara keseluruhan. Semoga buku ini dapat memberikan maklumat yang berfaedah kepada para penyelidik dan pelajar yang berminat untuk melihat kehidupan kanak-kanak, terutama yang berkaitan dengan corak pemilihan makanan dan isu obesiti dalam kalangan kanak-kanak di Sabah.

**Andreas Totu, PhD**

**Halina Sendera Mohd. Yakin, PhD**

Pusat Penataran Ilmu dan Bahasa

Universiti Malaysia Sabah