



# LAPORAN KAJIAN KEBERKESANAN PROMOSI DAN PUBLISITI PROGRAM JABATAN PERDANA MENTERI (JPM) 2021



Unit Komunikasi Korporat  
Jabatan Perdana Menteri



# • PENGENALAN •



## Objektif Kajian

- Untuk melihat tahap keberkesanan promosi dan publisiti yang dilaksanakan bagi memastikan kejayaan program.
- Untuk mengenal pasti saluran media yang paling efektif dalam mempromosikan program.
- Untuk mendapatkan maklum balas responden bagi menambah baik aktiviti promosi dan publisiti JPM.



## Metodologi Kajian

- Kajian ini dilaksanakan secara dalam talian (on-line) menerusi *google form* menerusi pautan yang disediakan.
- Hebahan dan jemputan untuk menyertai kajian dilaksanakan menerusi: E-mel, Portal JPM, Sosial Media JPM dan WhatsApp.
- Tempoh kajian adalah pada **16 Disember hingga 29 Disember 2021**.

Kajian Keberkesanan Promosi Dan Publisiti Program Jabatan Perdana Menteri Tahun 2021 merupakan inisiatif Unit Komunikasi Korporat (UKK) JPM mengenalpasti dan menilai keberkesanan aktiviti promosi dan publisiti program-program anjuran JPM yang diberikan oleh responden.

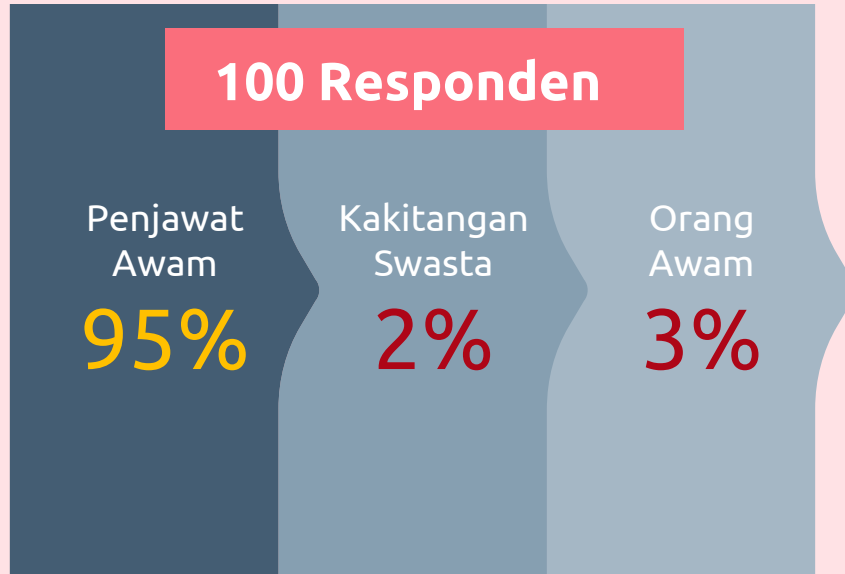


## Analisa Data

Data yang diterima dianalisa melalui sistem SPSS 20.0. Sampling data menggunakan *purposive sampling*.




Skala bagi kajian ini diukur menggunakan lima (5) skala likert seperti berikut: Sangat Tidak Berkesan, Tidak Berkesan, Sederhana, Berkesan, Sangat Berkesan.

## • KATEGORI RESPONDEN •



# • BAHAGIAN B: KEBERKESANAN PROMOSI DAN PUBLISITI JPM.



| MEDIUM PEROLEHI MAKLUMAT DAN AKTIVITI JPM  | KEBERKESANAN PROMOSI MELALUI MEDIUM  | KEBERKESANAN HEBAHAN DI LOBI UTAMA ARAS 1, SETIA PERDANA 8  |
|--|--|---|
|  <p><b>Portal Rasmi JPM (70%)</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>Media Sosial Rasmi JPM (64%)</li><li>Media Elektronik (52%)</li><li>WhatsApp/Telegram (49%)</li><li>Gegantungan (Bunting) (27%)</li><li>Media Cetak (20%)</li><li>Poster Kuarters Kerajaan (12%)</li><li>Email Rasmi (1%)</li></ul> |  <p><b>Media Sosial Rasmi (44%)</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>Aplikasi WhatsApp (39%)</li><li>Media Elektronik (37%)</li><li>Portal Rasmi (36%)</li><li>Media Cetak (21%)</li><li>Gegantungan (18%)</li><li>Poster Kuarters Kerajaan (16%)</li></ul> |  <p><b>Televisyen (32%)</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>Kaunter Perkhidmatan (30%)</li><li>Papan Kenyataan (29%)</li></ul> |

# BAHAGIAN C:

PILIHAN MENDAPATKAN  
MAKLUMAT/BERITA/INFORMASI  
DI MEDIA ELEKTRONIK .

Stesen radio  
pilihan

Kekerapan  
waktu  
mendengar  
radio

Hari  
kebiasaan  
mendengar

## Sinar FM (53%)

Hot FM (42%)  
IKIM FM & Era FM (32%)  
Radio RTM (24%)  
Mix FM (21%)  
Hitz FM & Fly FM (20%)  
BFM (6%)  
Suria FM (5%)  
Lite FM (1%)  
Rakita.my (1%)

## 7am – 9am (28%) Isnin – Jumaat (22%)

12pm -2pm (13%)  
5pm 7pm (18%)

Sabtu – Ahad (7%)



# BAHAGIAN C:

PILIHAN MENDAPATKAN  
MAKLUMAT/BERITA/INFORMASI  
DI MEDIA ELEKTRONIK .



Stesen  
televisyen  
pilihan

Kekerapan  
waktu  
mendengar  
televisyen

Hari  
kebiasaan  
menonton

**TV3 (75%)**

RTM (46%)  
ASTRO Awani (45%)  
TV Al Hijrah (27%)  
Bernama TV (16%)  
NTV7 (9%)  
Awesome, NTV7, One HD,  
Astro AEC (1%)

**5pm – 7pm  
(17%)**

7am – 9am (2%)  
12pm – 2pm (1%)

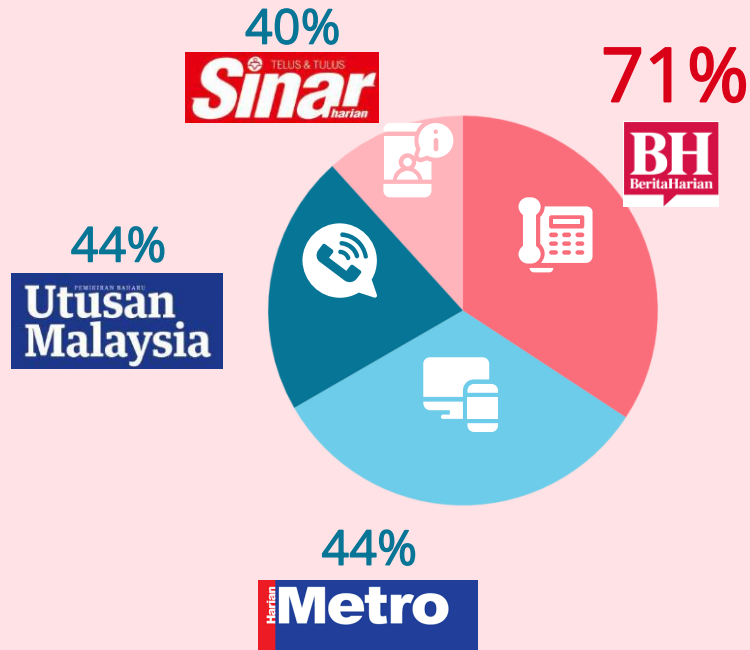
**Sabtu – Ahad  
(17%)**

Isnin – Jumaat (7%)

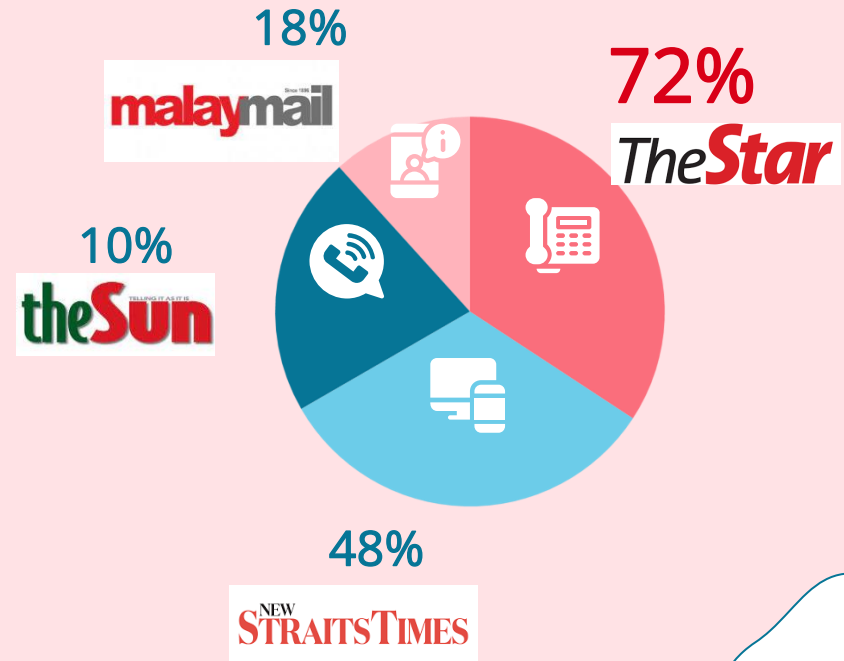


# • BAHAGIAN D: PILIHAN MENDAPATKAN MAKLUMAT/ BERITA/ INFORMASI DI MEDIA CETAK •

## Akhbar Bahasa Melayu Pilihan



## Akhbar Bahasa Inggeris Pilihan



# • BAHAGIAN E: PILIHAN MENDAPATKAN MAKLUMAT/ BERITA/ INFORMASI DI MEDIA ATAS TALIAN •

## Berita Harian Online (66%)

Bernamea Online (44%)  
Utusan Malaysia (42%)  
Sinar Harian Online (35%)  
Malaysiakini (34%)  
Kosmo Online (30%)  
Malaysia Gazette (23%)  
Malay Mail Online (11%)  
Twentytwo13, MSN, Astro  
Awani (1%)



**Media Atas  
Talian Pilihan**





## Media Sosial Rasmi JPM Pilihan



**85%**



**39%**



**24%**

# • KEKERAPAN MELAYARI MEDIA SOSIAL RASMI JPM •



7am -9am (6%)  
12pm -2pm (7%)

**5pm-7pm  
(14%)**

**Jenis hantaran  
(posting) di media  
sosial rasmi JPM  
pilihan**



**84%**  
Infografik

**55%**  
Video Pendek

**34%**  
Artikel

**48%**  
Gambar-gambar



**Cadangan  
penambahbaikan  
hebahan.**

## Portal

**Penambahbaikan Laman Web :** Cadangan mendapatkan bantuan jabatan/agensi di bawah JPM bagi penambahbaikan laman web rasmi.

**Hebahan :** Hebahan perlu diperkasakan melalui portal rasmi JPM dan pautan di semua portal rasmi Kementerian & Jabatan di bawah JPM.

## Lobi

**Sudut informasi kurang menarik :** Ruang lobi perlu ditambahbaik dengan elemen lebih menarik, ceria, dengan susun atur / *presentation* dan backdrop yang bersesuaian sekaligus meningkatkan imej JPM.

**Signage Digital :** Signage perlu ditukar kepada paparan digital dengan size yang lebih jelas.

**Kemaskini maklumat :** Maklumat pada paparan perlu sentiasa dikemaskini dari semasa ke semasa.

## Email

**Hebahan menerusi email :** Perlu juga hebahan diperluaskan dan dipertingkatkan melalui e-mel kepada semua agensi, pelawat dan lain-lain.

Cadangan  
penambahbaikan  
media sosial rasmi  
JPM.



**i. Perbanyakkan video pendek atau cerita bergambar :**

Persembahan perlu lebih interaktif, menarik, bermaklumat serta perbanyakkan video pendek atau cerita bergambar agar maklumat lebih mudah difahami dan boleh dipertimbangkan berkolaborasi dengan artis.

**ii. Kurangkan sharing :** Cadangan agar kurangkan sharing posting daripada jabatan/agensi lain seperti dumping page. Fokus kepada *in house information* yang *substance instead of activities related information*.

# Terima Kasih

