

BAB SATU

PENGENALAN

1.1 LATAR BELAKANG

Sejarah pentadbiran Kuala Lumpur bermula sejak tahun 1890 apabila Lembaga Kebersihan diwujudkan bagi mentadbir Kuala Lumpur yang pada masa tersebut hanya berkeluasan 0.65km persegi dan mempunyai kepadatan penduduk seramai 25,000 orang. Lembaga Kebersihan tersebut kemudiannya dinaiktaraf kepada Lembaga Bandaran pada tahun 1940 sebelum dinaiktaraf sekali menjadi Lembaga Perbandaran pada tahun 1948. Pada tahun 1952 pula, Majlis Perbandaran telah diwujudkan bagi menggantikan Lembaga Perbandaran sebelum Kuala Lumpur dipilih menjadi ibu negara Malaysia pada tahun 1957. Pentadbiran Kuala Lumpur seterusnya mengalami evolusi apabila dinaiktaraf menjadi Suruhanjaya Ibu Kota pada tahun 1960 dan dinaiktaraf buat kali terakhir pada tahun 1972 menjadi Dewan Bandaraya selaras dengan penarafan Kuala Lumpur sebagai sebuah bandar raya selari dengan pertumbuhan penduduk dan aktiviti dengan dengan keluasan bandar raya tersebut telah mencecah 93km persegi berbanding hanya 0.65 km persegi pada tahun 1890.

Jabatan Pelesenan adalah salah sebuah jabatan di bawah Dewan Bandaraya Kuala Lumpur (DBKL) yang bertanggungjawab memproses permohonan lesen premis perniagaan dan pelbagai jenis iklan. Sebelum Jabatan tersebut diwujudkan, urusan pelesenan perniagaan adalah merupakan sebahagian daripada pengurusan dan fungsi Jabatan Urusetia Bandaraya manakala pengurusan penjaja pula adalah sebahagian daripada fungsi Jabatan Kesihatan. Pada tahun 1975 pengurusan Pelesenan Perniagaan dan Penjaja disatukan menjadi Unit Pelesenan dan Penjaja. Pada 15 Januari 1982, Unit Pelesenan dan Penjaja (termasuk pasar) telah diasingkan dan menjadi dua buah

Jabatan tersendiri yang berasingan iaitu Jabatan Pelesenan dan Jabatan Pengurusan Penjaja. Kedua-dua jabatan ini diwujudkan secara berasingan disebabkan wujudnya perkembangan yang semakin pesat dan peningkatan pembukaan premis-premis perniagaan serta gerai-gerai penjajaan.

Mulai 1 Julai 2011, Jabatan Pelesenan dan Jabatan Pembangunan & Pengurusan Penjaja Kecil telah bergabung menjadi Jabatan Pemudahcara Perniagaan & Pengurusan Penjaja. Kemudian pada tahun 2013, nama Jabatan telah ditukarkan sekali lagi dan sehingga kini dikelani sebagai Jabatan Pelesenan dan Pengurusan Penjaja (JPPP). Jabatan ini berfungsi terhadap kawalan perniagaan yang terlibat di dalam pengendalian, pengeluaran lesen dan tindakan penguatkuasaan terhadap semua aktiviti perniagaan dan penjaja di dalam kawasan Wilayah Persekutuan Kuala Lumpur.

OBJEKTIF JABATAN

- i. Menguruskan pengeluaran lesen premis perniagaan, iklan di premis/bangunan dan iklan luar, lesen hiburan & lesen pelbagai; dan
- ii. Melaksanakan program penguatkuasaan yang berjadual dan berkesan dalam menguatkuasakan peruntukan undang-undang berkaitan dan syarat-syarat pelesenan.

FUNGSI JABATAN

- i. Mencadang dan melaksanakan dasar/garispanduan pelesenan yang ditetapkan;
- ii. Mengeluarkan lesen premis perniagaan, lesen iklan, lesen hiburan, lesen minuman keras dan lesen pelbagai;
- iii. Menguatkuasakan undang-undang, undang-undang kecil dan syarat-syarat pelesenan;

- iv. Mengawal dan memastikan perkembangan kebudayaan yang sihat melalui aktiviti-aktiviti hiburan yang dilesenkan;
- v. Sebagai pemungut hasil bagi pihak DBKL dan Kerajaan Persekutuan dalam bentuk pengutipan fee lesen, cukai hiburan, lesen minuman keras dan sebagainya; dan
- vi. Sekretariat kepada beberapa Jawatankuasa seperti Jawatankuasa Pelesenan (Premis), Jawatankuasa Iklan, Lembaga Eksais W.P, Jawatankuasa Tempak Letak Kereta Persendirian, Jawatankuasa Penilaian Skrip dan Jawatankuasa Pelelong & Penulis Petisyen.

1.2 PERNYATAAN MASALAH

Pemasangan *bunting* secara haram di kawasan Kepong

- ***Keterangan :***

Permasalahan ini telah menjadi kerisauan pihak DBKL disebabkan isu ini masih berulang.

- ***Persoalan Kajian :***

Apakah faktor-faktor yang mempengaruhi pemasangan *bunting* secara haram di kawasan Kepong.

1.3 MATLAMAT DAN OBJEKTIF KAJIAN

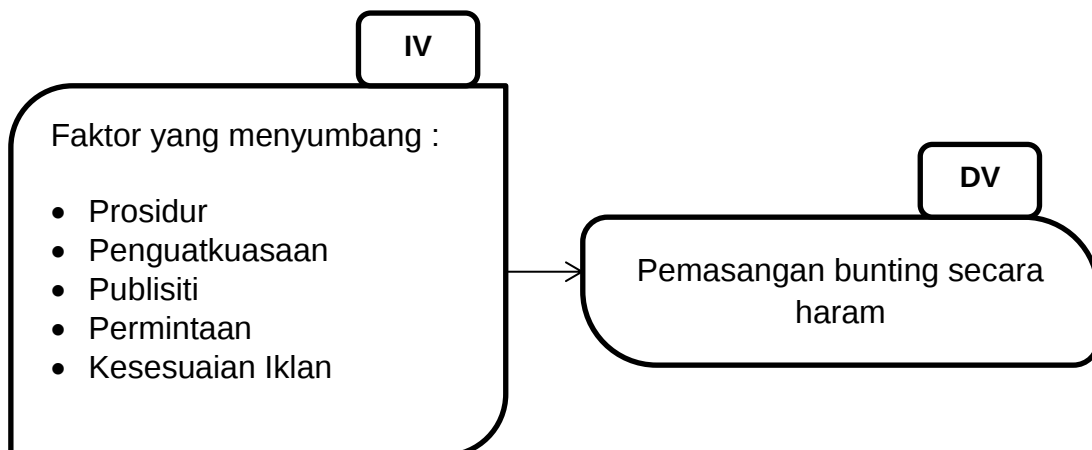
Objektif Utama : Menenalpasti faktor utama yang mempengaruhi pemasangan *bunting* secara haram di Kepong

Objektif Umum :

- Menenalpasti hubungkait antara ***prosidur*** dengan pemasangan *bunting* secara haram;
- Menenalpasti hubungkait antara ***permintaan*** dengan pemasangan *bunting* secara haram;
- Menenalpasti hubungkait antara ***publisiti*** dengan pemasangan *bunting* secara haram;
- Menenalpasti hubungkait antara ***kesesuaian iklan*** dengan pemasangan *bunting* secara haram; dan
- Menenalpasti hubungkait antara ***penguatkuasaan*** dengan pemasangan *bunting* secara haram.

1.4 SKOP KAJIAN

Kajian ini dijalankan bagi menenalpasti faktor-faktor yang mempengaruhi aktiviti pemasangan *bunting* secara haram di kawasan Kepong.



1.5 KEPENTINGAN KAJIAN

- Mengenalpasti faktor utama yang menyumbang kepada pemasangan bunting secara berleluasa;
- Mencadangkan langkah-langkah penambahbaikan dalam mengatasi isu berulang ini; dan
- Dijadikan sebagai bahan rujukan kepada pihak DBKL dalam menangani isu pemasangan bunting secara haram.

1.6 METODOLOGI KAJIAN

Metod : Kajian ini menjalankan dua kaedah secara serentak iaitu dengan menggunakan metod kualitatif (temubual) dan kuantitatif (borang kaji selidik).

Persampelan : Kaedah rawak mudah

Instrumen Kajian : Temubual dan borang kaji selidik (*questionnaires*)

Sampel Kajian : Borang kaji selidik diberikan kepada 100 responden yang terdiri daripada peniaga, orang awam, NGO dan pengiklan.

1.7 SUSUNATUR BAB

Kajian ini dimulakan dengan pengenalan kepada kajian berserta pernyataan masalah dan isu yang diketengahkan dalam kajian. Selain itu, objektif, matlamat dan skop kajian juga turut dinyatakan secara ringkas dalam bab ini. Seterusnya, bab ini turut mengupas sedikit sebanyak berkenaan metodologi yang digunapakai dalam kajian yang dijalankan. Selain itu, kerangka teori serta kaedah-kaedah pengumpulan data turut diuraikan dengan terperinci dalam bab ini.

Bab kedua kajian ini lebih menumpukan kepada penulisan sorotan literatur kajian yang dijalankan. Berdasarkan kepada tiga sumber utama iaitu artikel/surat khabar/majalah, dokumen Kerajaan dan internet, bab ini menerangkan mengenai persepsi masyarakat berhubung isu iklan haram yang semakin berleluasa di bandaraya Kuala Lumpur pada masa kini. Di samping, bab ini akan turut memfokuskan kepada punca-punca kepada permasalahan lambakan iklan haram terutamanya *bunting* di sekitar bandaraya Kuala Lumpur. Selain itu juga, bab ini turut memfokuskan kepada langkah-langkah yang telah diambil oleh DBKL dan cadangan-cadangan penambahbaikan yang boleh dipertimbangkan pada masa hadapan.

Latar belakang lokasi kajian yang dijalankan serta agensi yang bertanggungjawab untuk mengatasi isu yang timbul diuraikan dalam bab tiga. Bab ini turut mengetengahkan tahap pembangunan isu pemasangan *bunting* haram bermula dengan bagaimana isu ini timbul dan menjadi semakin sukar untuk dibendung. Di samping itu, bab ini juga menerangkan sedikit sebanyak latar belakang isu pemasangan *bunting* haram yang berlaku kawasan Bandaraya Kuala Lumpur, secara umumnya.

Seterusnya, bab keempat iaitu bab analisa yang merupakan peringkat paling penting dalam kajian ini kerana bab ini akan membincangkan dengan lebih terperinci hasil yang didapati daripada kajian yang dijalankan di kawasan Kepong. Penemuan kajian akan diperolehi adalah hasil daripada analisa yang dibuat (berdasarkan soalselidik dan temubual) yang akan menentukan sama ada objektif dan matlamat kajian dicapai.

Bab terakhir kajian ini akan menyimpulkan secara menyeluruh kajian tersebut dan juga memperlihatkan cadangan tentang faktor-faktor yang mempengaruhi pemasangan *bunting* secara haram di kawasan Kepong. Bab ini diakhiri dengan cadangan untuk kajian lanjutan pada masa hadapan.

BAB DUA

SOROTAN LITERATUR

2.1 PENGENALAN

Panorama di Kuala Lumpur semakin tenat dengan dinding yang ditampal dan dicat dengan pelbagai iklan. Antara iklan yang kerap dilihat ketika berhenti di persimpangan lampu isyarat adalah iklan urut, ubat kuat, perkhidmatan menukar tiub dan peminjam wang. Kebelakangan ini, pengiklan juga sudah semakin berani menampal iklan *adult sex toy* secara terang-terangan di sekitar Kuala Lumpur. Menurut Timbalan Ketua Pengarah (Perkhidmatan) Dewan Bandaraya Kuala Lumpur (DBKL), Datuk Mhd. Amin Nordin Abdul Aziz, iklan-iklan haram telah dikenal pasti sebagai punca banyak kawasan di ibu negara kelihatan comot (*Utusan Malaysia, 1 April 2012*). Semakin berleluasa dan seolah-olah tiada kawalan, iklan-iklan haram ini terpampang di mana-mana sahaja termasuklah di dinding bangunan, tiang lampu jalan, tiang telefon, lampu isyarat dan pondok telefon awam. Lebih memburukkan keadaan, terdapat juga iklan yang menggunakan cat semburan sehingga sukar untuk dibersihkan.

Keadaan ini sekiranya dibiarkan berterusan akan semakin memburukkan pemandangan di Kuala Lumpur yang seterusnya akan memberikan impak negatif kepada negara terutamanya dari sudut pelancongan. Pemasangan iklan-iklan haram yang semakin berleluasa dewasa ini semakin membimbangkan dan masyarakat akan berpandangan bahawa Pihak Berkuasa Tempatan (PBT) tidak menjalankan tugas dengan berkesan sehinggakan gejala ini masih berlarutan sehingga kini. Walau pelbagai tindakan telah diambil oleh PBT seperti bekerjasama dengan persatuan penduduk dan Badan Bukan Kerajaan (NGO), menawarkan habuan kepada penduduk yang membantu menanggalkan iklan-iklan haram serta membuat operasi penurunan iklan haram secara berkala, isu

ini semakin berlarutan dan seterusnya mencemar kredibiliti PBT yang sering berusaha keras bagi menyelesaikan isu tersebut.

Justeru, hasil daripada kajian ini diharap akan dapat membantu pihak DBKL, sebagai PBT yang bertanggungjawab di kawasan Kuala Lumpur, menangani senario yang semakin membimbangkan ini. Dengan mengenalpasti faktor-faktor utama yang menyumbang kepada pemasangan *bunting* secara haram, langkah-langkah penambahbaikan akan dapat dicadangkan dan seterusnya dapat dijadikan panduan oleh pihak DBKL dalam menangani isu pemasangan *bunting* secara haram ini.

2.2 SUMBER LITERATUR

2.2.1 ARTIKEL SURATKHABAR DAN MAJALAH

Utusan Malaysia pada 26 Disember 2012 telah melaporkan bahawa lebih sejuta iklan haram termasuk tawaran pinjaman ah long telah diturunkan di sekitar Lembah Klang sepanjang tahun tersebut oleh DBKL, Pihak Berkuasa Tempatan (PBT) dan masyarakat setempat. Namun usaha tersebut seakan sia-sia memandangkan iklan tersebut terus ditampal semula oleh pihak tidak bertanggungjawab. Ketua Pengarah DBKL, Datuk Salleh Yusup, di dalam artikel tersebut turut mengatakan bahawa bagi menangani perkara tersebut, masyarakat setempat perlu memainkan peranan dengan menurunkan iklan-iklan haram tersebut di kawasan mereka. Ini kerana tidak sampai sebulan selepas beberapa kawasan di ibu negara dibersihkan daripada iklan haram yang mencemarkan keindahan, ia muncul kembali menjadikan usaha membesihkannya sebelum ini sebagai sia-sia. Meskipun terdapat banyak aktiviti gotong-royong yang dianjurkan pihak DBKL serta persatuan penduduk untuk membersihkan ibu kota daripada iklan haram, namun kesedaran mengenai kesalahan melekatkan iklan haram itu perlu ada di

jiwa setiap penduduk. Di akhir artikel tersebut juga mengatakan bahawa DBKL akan membuat satu kajian bagi mengatasi masalah tersebut daripada berulang.

Meskipun media telah melaporkan pelbagai implikasi buruk terhadap barangan dan perkhidmatan yang ditawarkan melalui iklan-iklan haram seperti ubat yang tidak mempunyai kelulusan daripada Kementerian Kesihatan Malaysia (KKM) mahupun pinjaman segera daripada ah long, namun masih ramai lagi yang menjadi mangsa. Peningkatan kos sara hidup dan keinginan untuk meningkatkan prestasi menyebabkan permintaan terhadap perkhidmatan ah long serta ubat kuat semakin meningkat sekaligus menggalakkan pemasangan *bunting* haram (KOSMO, 19 Mac 2013). Peningkatan jumlah *bunting* yang dipasang secara haram ini telah memaksa DBKL menubuhkan Skuad Khas yang terdiri daripada anggota penguatkuasa untuk mengambil tindakan, mengenal pasti serta menangkap mereka yang menampal iklan haram. (Utusan Malaysia, 12 Mac 2012). Ini secara tidak langsung akan menambahkan kos operasi DBKL bagi membayar elaun lebih masa anggota-anggota penguatkuasa untuk menurunkan iklan-iklan yang dipasang secara haram dan menjalankan pemantauan berkala.

Selain daripada mewujudkan Skuad Khas, DBKL turut melancarkan pelbagai kempen yang disertai oleh pelbagai pihak termasuklah agensi Kerajaan, persatuan penduduk, syarikat korporat, NGO dan sukarelawan. Di antara kempen yang diadakan adalah 'RockCorps Malaysia Street Clean-Up- Take Back Your Community' yang diadakan di kawasan sekitar Wangsa Maju dan Setiawangsa yang melibatkan 150 orang sukarelawan yang dikumpul oleh The Zharriff Initiative (TZI). Pengurus Kawasan Pejabat DBKL Setiawangsa Abdul Syatar Abdul Halim berkata kempen tersebut merupakan inisiatif pertama DBKL dalam mendekati dan mendidik masyarakat untuk menjaga kebersihan kawasan persekitaran.

Abdul Syatar berkata, sukarelawan yang dibahagikan kepada 10 kumpulan itu bukan sekadar mencabut poster dan papan iklan tanpa lesen, malah turut membersihkan semak dan menanam pokok hiasan dan mengecat semula hentian bas serta dinding usang. Pihak DBKL telah memperuntukkan dana, menyediakan kemudahan logistik seperti cat dan pokok untuk ditanam dan peralatan lain untuk kerja gotong-royong tersebut. Sementara itu, Ketua Pegawai Eksekutif TZI Muhammad Zhariff Afandi berkata, kempen yang mempunyai matlamat serampang dua mata itu, bukan sekadar untuk mengajak belia melakukan kerja sukarelawan, malah untuk mengubah cara pemikiran dan budaya hidup masyarakat supaya menjaga kawasan persekitaran mereka (*Sinar Harian, 21 Oktober 2012*).

Sebagai usaha jangka panjang untuk mengatasi isu pemasangan *bunting* haram di Kuala Lumpur, DBKL telah memperkenalkan perkhidmatan iklan melalui papan iklan elektronik (*e-bunting*) sebagai usaha membersihkan ibu negara daripada iklan haram yang dilekatkan di merata-rata tempat. Menteri Wilayah Persekutuan dan Kesejahteraan Bandar, Datuk Raja Nong Chik Raja Zainal Abidin berkata, kaedah pengiklanan yang dibangunkan oleh Yayasan Wilayah Persekutuan dengan kerjasama DBKL itu turut menyediakan ruang khas kepada pengusaha Industri Kecil dan Sederhana (IKS) untuk mengiklankan perkhidmatan mereka. "Pengenalan e-Bunting bukan sahaja mudah dan menawarkan harga berpatutan, lebih penting membantu usaha DBKL menjadikan bandar raya ini bersih dan indah,"katanya (*Utusan Malaysia 21 November 2011*). Beliau turut berharap pemain industri yang menggunakan *e-bunting* ini dapat mengurangkan penghasilan sampah sarap yang kebanyakannya dihasilkan oleh *bunting* konvensional yang memberi masalah dari segi kebersihan dan pengindahan bandar raya. Dalam usaha "DBKL untuk berusaha memerangi habis-habisan iklan tidak bertauliah yang dipasang di seluruh ibu negara dan dengan cara ini beliau

berharap ia dapat membantu merealisasikan usaha menjadikan Kuala Lumpur sebagai bandar raya bertaraf dunia dan bersih," katanya. (*Utusan Malaysia*, 2 November 2011). Melalui penggunaan *e-bunting* ini, usaha pemantauan oleh DBKL akan dapat dipermudahkan disamping mengindahkan pemandangan Kuala Lumpur di mana penggunaan *bunting* fizikal akan dapat dikurangkan sekaligus mengurangkan masalah *bunting* haram yang sedang berleluasa pada ketika ini (*New Straits Times*, 10 September 2012).

Di samping itu juga, DBKL telah menjalankan kajian untuk menyediakan lokasi dan struktur bagi menampal iklan-iklan secara percuma di sekitar ibu kota sebagai langkah membendung lambakan iklan haram yang tiada penyelesaian. Timbalan Ketua Pengarah Perkhidmatan Sosio Ekonomi, Datuk Mohd Amin Nordin Abdul Aziz berkata, pihak DBKL masih dalam proses memutuskan model pelaksanaan cadangan tersebut, dengan menasaskan kawasan komersial. Menurutnya juga, dengan pelaksanaan itu nanti, ia mampu menghapuskan pemandangan buruk iklan haram yang ditampal di tempat awam (*Sinar Harian*, 14 September 2012). Kajian ini perlulah dijalankan dengan terperinci bagi mengenalpasti lokasi yang bersesuaian dan bilangan struktur yang diperlukan bagi setiap lokasi. Memandangkan perkhidmatan ini akan disediakan secara percuma, dikhuatiri struktur yang disediakan tidak dapat menampung kapasiti penggunaan yang tinggi kelak. DBKL juga perlulah mengenalpasti jenis-jenis iklan yang dibenarkan dan tempoh masa satu-satu iklan itu boleh dilekatkan agar ianya sentiasa mematuhi peraturan yang digunapakai oleh DBKL. Oleh yang demikian, pihak DBKL perlulah mengadakan pemantauan berkala bagi memastikan hanya iklan-iklan yang dibenarkan dilekatkan di struktur tersebut dan mengalihkan iklan-iklan yang telah tamat tempoh bagi membenarkan iklan lain pula dilekatkan di struktur tersebut.

2.2.2 DOKUMEN KERAJAAN

Berdasarkan Seksyen 102 (C), PBT adalah dibenarkan untuk mengatur, melesen, menyekat, melarang atau menghapuskan pameran iklan. Melalui Akta Kerajaan Tempatan 1976, DBKL telah menetapkan bahawa iklan jenis *bunting* hanya boleh digunakan bagi iklan-iklan yang tidak berasaskan komersil dan memberi manfaat serta hebahan kepada penduduk setempat sahaja yang dibenarkan. Walau bagaimanapun, kelulusan bagi satu-satu permohonan iklan masih lagi tertakluk kepada syarat-syarat kelulusan yang telah ditetapkan oleh DBKL seperti penggunaan bahasa, visual, saiz iklan dan lain-lain lagi. Berdasarkan Akta tersebut juga, pengiklan hendaklah menurunkan sendiri iklan-iklan mereka setelah tamat tempoh atau kompaun boleh dikenakan oleh pihak DBKL kepada pengiklan sekiranya syarat tersebut gagal dipatuhi.

Berdasarkan statistik yang dikeluarkan oleh Jabatan Pemudahcara Perniagaan dan Pengurusan Penjaja DBKL, sebanyak 102,536 unit iklan haram telah diturunkan di Wilayah Persekutuan Kuala Lumpur bagi tahun 2012. Daripada jumlah tersebut, sebanyak 54,231 adalah merupakan iklan *bunting*, 32,956 merupakan iklan kecil (*plumbing*, DLL) dan 13,571 adalah merupakan iklan poster. Manakala bagi tempoh Januari sehingga Februari 2013 pula, sejumlah 20,952 unit iklan haram telah diturunkan oleh Jabatan tersebut. Daripada jumlah tersebut, 10,362 unit adalah merupakan iklan *bunting* dan 10,328 adalah merupakan iklan kecil (*plumbing*, DLL). Berdasarkan kepada statistik yang dikeluarkan, jelaslah menunjukkan bahawa iklan yang menggunakan *bunting* adalah jenis iklan yang sering diturunkan oleh DBKL. Ini boleh dilihat dengan lambakan iklan-iklan jenis *bunting* di tiang-tiang jalan di sekitar Kuala Lumpur.

Isu iklan haram yang kian hangat diperkatakan ini juga turut didebatkan di Dewan Rakyat dan juga Dewan Negara memandangkan isu ini dilihat semakin meruncing. Bagi menjawab soalan Ahli Yang Berhormat Tenggara di dalam sesi Dewan Rakyat Penggal Keempat sesi Ketiga pada 13 Oktober 2011, Timbalan Menteri Perumahan dan Kerajaan Tempatan, Datuk Seri Panglima Haji Lajim Bin Haji Ukin telah memaklumkan bahawa kesalahan untuk menampal iklan haram boleh diambil tindakan di bawah Undang-Undang Kecil Iklan kerana mempamerkan iklan tanpa lesen. Berdasarkan kepada peruntukan Seksyen 104 Akta Kerajaan Tempatan 1976 (Akta 171), kadar denda bagi kesalahan kerana melanggar Undang-undang Kecil Pihak Berkuasa Tempatan (PBT) adalah tidak melebihi RM2,000 atau penjara tidak lebih setahun atau kedua-duanya sekali. Bagi kesalahan yang berterusan, denda tidak lebih daripada RM200 bagi setiap hari tempoh kesalahan tersebut diteruskan. Walau bagaimanapun, kementerian kini sedang menjalankan penyemakan menyeluruh ke atas Akta 171 termasuklah 'Akta Kena Denda' kerana menyalahi atau melanggar Undang-undang Kecil PBT dan mencadangkan pindaan yang bersesuaian kepada akta ini mengikut peredaran masa.

Sementara itu, bagi menjawab persoalan Tuan Baharudin bin Abu Bakar di dalam Dewan Negara Parlimen Kedua Belas Penggal Kelima Mesyuarat Ketiga pada 11 Disember 2012, Menteri Wilayah Persekutuan dan Kesejahteraan Bandar telah menyatakan bahawa DBKL sentiasa mengambil tindakan secara berterusan di dalam usaha menangani masalah pemasangan ataupun penampalan iklan tanpa lesen. Tindakan membuka dan menurunkan iklan berkenaan dilaksanakan hampir setiap hari di sekitar Kuala Lumpur bagi memastikan Bandaraya Kuala Lumpur sentiasa bersih dari iklan berkenaan. Bentuk tindakan yang dijalankan adalah melalui penurunan iklan, memadam dengan menggunakan cat serta mengikis pelek. Ini merupakan tindakan berterusan yang

dijalankan oleh DBKL ke atas iklan-iklan yang dipamerkan yang kebanyakannya merupakan iklan awam termasuk yang berbentuk iklan memberi pinjaman wang serta aktiviti urut. Pada tahun 2011, hampir 500,000 unit iklan telah diturunkan manakala sepanjang tahun 2012 sehingga bulan Oktober sahaja, terdapat sebanyak 955,548 unit iklan yang telah diambil tindakan. Selain itu DBKL turut mendapatkan kerjasama dengan Suruhanjaya Komunikasi dan Multimedia Malaysia (SKMM) untuk menamatkan nombor telefon yang dipaparkan di iklan berkenaan. Ini sebagai langkah bagi menambah lagi keberkesanan tindakan selain daripada tindakan menurunkan iklan berkenaan. Sehingga bulan Oktober 2012, sebanyak 726 nombor telefon telah dikemukakan kepada SKMM untuk penamatan nombor. Seterusnya DBKL juga turut menguatkuasakan Undang-undang Kecil Iklan (Wilayah Persekutuan Kuala Lumpur) 1982 dan Undang-undang Kecil Vandalisme (Wilayah Persekutuan Kuala Lumpur) 1991, penalti bagi kesalahan sebagai diperuntukkan dalam undang-undang ini apabila disabitkan kesalahan boleh dikenakan denda tidak melebihi RM2,000 ataupun penjara tidak melebihi satu tahun ataupun kedua-duanya sekali. Sebanyak 470 notis kesalahan telah dikeluarkan sepanjang tempoh Januari hingga Oktober 2012 yang membabitkan kesalahan mempamerkan iklan tanpa lesen di bawah Undang-Undang Kecil Iklan (Wilayah Persekutuan Kuala Lumpur) 1982. Sebagai langkah penambahbaikan dan proaktif pada permasalahan pengiklanan haram tersebut, Kementerian tersebut juga melalui Yayasan Wilayah Persekutuan dengan kerjasama DBKL telah melaksanakan kaedah pengiklanan melalui *e-bunting*. Pelaksanaan *e-bunting* ini adalah untuk membolehkan mana-mana pihak mengiklankan produk-produk mereka sama ada dari agensi kerajaan, korporat, swasta mahupun individu. Selaras dengan menggalakkan penggunaan *e-bunting* ini juga, pihak Kementerian bersama dengan Yayasan Wilayah Persekutuan sedang menyediakan garis panduan untuk mempertimbangkan pemberian insentif-insentif tertentu kepada industri kecil dan sederhana yang

menggunakan e-bunting sebagai medium pengiklanan pada produk-produk mereka kelak. Selain daripada mengemas dan mengurangkan pengiklanan melalui *bunting* konvensional yang banyak memberi masalah terutama dari segi kebersihan dan pengindahan bandar raya, pengiklanan melalui e-bunting ini juga merupakan satu kaedah untuk mengelakkan pengiklanan haram yang banyak mencemarkan dan mengotorkan bandar raya Kuala Lumpur. Seterusnya Kementerian tersebut juga berharap agar penggunaan e-*bunting* ini akan mendapat sambutan yang baik yang akhirnya memberi faedah kepada pengguna dan juga Kerajaan.

2.2.3 INTERNET

Iklan haram yang semakin berleluasa ini juga mengundang rasa kurang senang masyarakat yang merasakan bahawa Kerajaan terutamanya PBT tidak mengambil tindakan yang sewajarnya bagi menangani masalah ini. Kurangnya tindakan yang berkesan daripada PBT telah menyebabkan iklan-iklan haram tumbuh bagai cendawan selepas hujan tanpa mengira undang-undang dan kerosakan harta benda awam. Ini adalah kerana mereka berasakan bahawa PBT tidak akan mengambil sebarang tindakan terhadap mereka sehingga mereka berani menampal iklan pada papan tanda tunjuk arah jalan (<http://infoklasik.com/isu-iklan-haram/>, 9 Disember 2012). Ini adalah kerana iklan haram yang memenuhi ruang di tiang elektrik, hentian bas dan papan kenyataan itu bukan saja menghalang papan tanda, malah menyakitkan mata kerana kebanyakannya mengiklankan pinjaman wang haram dipercayai along, perkhidmatan urut dan pembelian barang yang boleh memerangkap masyarakat (<http://theinfoaktifcorner.blogspot.com/2010/06/iklan-haram.html>, 13 Jun 2010). Malah mereka juga semakin berani menggantung *bunting* haram di hadapan pejabat dan papan tanda milik PBT seperti yang didedahkan oleh Mazidul Akmal Sidek di dalam laman

blognya, <http://www.mazidulakmal.com/2013/02/perogol-papan-tanda.html> pada 26 Februari 2013.

Walaupun pelbagai usaha telah dilakukan oleh PBT dalam menangani isu iklan haram ini terutamanya *bunting* yang sering digantung di tiang-tiang lampu dan tiang lampu isyarat, masalah ini dilihat seakan-akan tiada kesudahannya. Di antara usaha yang dilakukan oleh PBT bagi menangani isu ini adalah dengan mewujudkan pasukan khas bagi menurunkan iklan-iklan haram tersebut (<http://lhakim-suarahati.blogspot.com/2010/08/iklan-haram-berbaur-lucah-cacatkan.html>, 13 Ogos 2010). Pasukan seperti Unit Penguatkuasa yang diwujudkan DBKL bertanggungjawab bagi menurunkan iklan-iklan haram ini dan tugas ini dilakukan secara rutin setiap hari dari pagi sehingga lewat malam mengikut kawasan-kawasan yang telah ditetapkan. Namun, usaha ini dilihat seperti sia-sia apabila *bunting-bunting* haram yang diturunkan ini akan terpampang kembali pada keesokan harinya seolah-olah tiada tindakan langsung yang diambil oleh PBT. Di samping itu juga, terdapat juga cadangan agar PBT menggunakan penunu bunsen bagi membakar pelekat-pelekat iklan haram seperti yang diamalkan di negara China (<http://scaniaz.blogspot.com/2013/01/iklan-haram-cara-kreatif.html>). Langkah ini dilihat berkesan bagi menghapuskan pelekat-pelekat iklan haram yang sering ditampal di pelbagai lokasi terutamanya kemudahan awam seperti pondok telefon, pondok bas dan dinding-dinding bangunan. Selain daripada menjimatkan masa, cara ini juga lebih kos efektif dalam menangani isu yang bagaikan tiada kesudahannya ini.

Dalam masa yang sama juga, pihak DBKL sering bekerjasama dengan Suruhanjaya Komunikasi dan Multimedia Malaysia (SKMM) bagi memastikan masyarakat tidak tertipu dengan iklan-iklan yang ditawarkan. Sehingga Oktober 2012, sebanyak 726 nombor telefon telah dikemukakan kepada SKMM untuk ditamatkan perkhidmatannya (<http://www.rajanongchik.com/in-the-news/dbkl-turunkan-955548-iklan-haram> 12 November 2012). Kerjasama erat yang dijalinan ini telah berjaya mengurangkan bilangan aduan penipuan akibat daripada iklan-iklan haram ini. Walau bagaimanapun, berdasarkan temubual bersama pegawai DBKL, mereka mengakui bahawa pemilik-pemilik iklan haram ini hanya menggunakan nombor telefon tersebut bagi tempoh tidak lebih daripada tiga (3) bulan sebelum bertukar kepada nombor lain bagi mengelakkan daripada dikesan pihak berkuasa. Pemilik iklan ini juga sering mendaftarkan nombor-nombor tersebut dengan menggunakan maklumat individu lain bagi mengaburi pihak berkuasa.

Bagi mengatasi gejala iklan haram ini juga, pihak DBKL dengan kerjasama Yayasan Wilayah Persekutuan (YWP) telah melaksanakan kaedah pengiklanan melalui *e-bunting* sebagai langkah penambahbaikan dan proaktif (<http://www.rajanongchik.com/in-the-news/dbkl-turunkan-955548-iklan-haram> 12 November 2012). Melalui kaedah ini, penggunaan iklan melalui kaedah konvensional akan dapat dikurangkan dan masalah iklan haram juga akan turut berkurangan memandangkan kaedah ini akan dapat memudahkan pihak DBKL memantau iklan-iklan yang dipaparkan. Walau bagaimanapun, kaedah ini akan lebih membebankan pemilik iklan memandangkan kosnya yang amat mahal dan bilangannya yang masih kurang berbanding keluasan bandaraya Kuala Lumpur. Walaupun kaedah ini telah dilaksanakan hampir dua (2) tahun, namun masalah iklan haram di kawasan yang dikawal selia oleh DBKL masih berleluasa. Pihak DBKL juga tidak pernah menjalankan sebarang kajian berhubung impak

penggunaan *e-bunting* dan bagaimana kaedah ini mampu mengatasi masalah iklan haram di Kuala Lumpur pada masa yang akan datang.

2.3 RUMUSAN

Secara umumnya, pelbagai isu dan cabaran yang telah dikenal pasti dalam mengharungi situasi pemasangan iklan secara haram di sekitar bandar raya Kuala Lumpur ini. Walaupun pelbagai cadangan dan langkah penyelesaian terutamanya dari segi aspek pemantauan dan penguatkuasaan yang telah diambil dan diketengahkan bagi mengharungi fenomena yang semakin memberat ini, namun pihak Dewan Bandar Raya Kuala Lumpur (DBKL) selaku Pihak Berkuasa Tempatan (PBT) tidak pernah berputus asa dalam memastikan bandar raya Kuala Lumpur sentiasa berada dalam keadaan ceria dan bersih daripada gantungan papan iklan haram ini terutamanya pemasangan *bunting* haram. Oleh yang demikian, amat berketepatanlah pada waktu ini satu kajian impak dapat dijalankan bagi melihat faktor-faktor yang mempengaruhi pemasangan iklan secara haram di sekitar bandar raya Kuala Lumpur ini.

BAB 3

KAJIAN KES

3.1 PENGENALAN

Richard F. Taflinger dalam kajian beliau yang bertajuk *A Definition of Advertising* menyatakan bahawa iklan membawa maksud komunikasi bukan personal yang pada kebiasaannya berbayar berkaitan sesuatu informasi yang bertujuan untuk memujuk atau mempengaruhi seseorang (penonton, pendengar atau sekumpulan manusia) terhadap satu produk, perkhidmatan atau idea melalui pelbagai media. Sedangkan menurut Frank Jefkins (1997), iklan didefinisikan sebagai "Pesan yang menawarkan suatu produk yang ditujukan kepada masyarakat lewat media". Pada dasarnya, satu-satunya tujuan periklanan adalah menjual suatu produk, jasa atau ide atau tujuan sebenarnya adalah komunikasi yang efektif, yakni dimana efek akhir periklanan adalah mengubah sikap atau perilaku penerima pesan.

Di dalam konteks DBKL, iklan haram didefinisikan sebagai mana-mana iklan; papan tanda kedai, gegantung (*bunting*), kain rentang, paparan sementara jangka pendek atau papan iklan luar, yang dipasang tanpa mendapat kelulusan pihak berkuasa tempatan ataupun iklan yang tidak diturunkan selepas tamat tempoh kelulusan pemasangannya ataupun iklan yang tidak memenuhi kriteria ukuran dan visual yang ditetapkan. Secara umumnya, setiap iklan yang hendak dipasang perlulah memenuhi kedua-dua syarat asas DBKL iaitu lokasi pemasangan iklan dan visual pada iklan itu sendiri. Sekiranya salah satu syarat yang telah ditetapkan itu tidak dipatuhi, permohonan iklan tersebut akan ditolak.

Tinjauan yang dilakukan di beberapa laluan utama mendapati, iklan tanpa permit dan tamat tempoh, yang juga dikategorikan sebagai iklan haram, semakin berleluasa sehinggakan lambakannya menimbulkan ketidakselesaan kepada penduduk apabila ia menjejaskan papan tanda jalan dan harta benda awam mahupun milik persendirian. Walaupun terdapat undang-undang yang telah diperuntukkan sebagai garis panduan dalam pemasangan iklan dalam Undang-undang Kecil Iklan 1982, perkara yang berkaitan pemasangan iklan haram ini masih belum dapat diatasi sepenuhnya oleh pihak berkuasa tempatan.

Bagi tujuan penyediaan kertas kajian ini, satu sesi perbincangan telah diadakan bersama Unit Iklan, DBKL dan telah memaklumkan bahawa isu berkaitan pemasangan iklan haram merupakan isu yang sangat luas serta memerlukan masa yang panjang untuk dikupas. Hasil perbincangan bersama pihak DBKL, telah dipersetujui kajian kes memberi fokus kepada persoalan faktor-faktor yang mempengaruhi pemasangan *bunting* secara haram di kawasan Kepong, Kuala Lumpur yang bertujuan untuk mencapai objektif-objektif seperti berikut:-

- i. Menyediakan bahan rujukan kepada pihak DBKL dalam menangani isu pemasangan iklan haram;
- ii. Mengenalpasti faktor utama yang menyumbang kepada peningkatan kadar pemasangan iklan haram; dan
- iii. Menyediakan cadangan langkah-langkah penambahbaikan bagi mengatasi permasalahan pemasangan iklan haram.

Berdasarkan makluman dan statistik, terdapat 3 kawasan di bawah seliaan DBKL yang menerima kesan yang teruk dengan isu pemasangan iklan haram ini iaitu di sekitar Kepong, Bukit Bintang dan Salak Selatan. Bagi melihat sendiri senario ini, para peserta telah mengikuti operasi penurunan iklan haram bersama pihak DBKL selama 2 hari di sekitar Kepong pada 20 Mac 2013 (Rabu) dari jam 9.00 pagi sehingga jam 12.00 tengahari dan di sekitar Hartamas pada 21 Mac 2013 (Khamis) dari jam 9.00 malam sehingga jam 12.00 tengah malam. Selain daripada itu, para peserta turut mengedarkan borang kaji selidik dan mengadakan beberapa sesi temuramah secara spontan bersama orang awam dan kakitangan DBKL sendiri untuk mendapatkan maklum balas berkaitan isu pemasangan iklan haram ini sebagai mana yang telah dipelajari dalam modul kaedah kajian (*Research Methodology*) bagi membuat analisis dan mendapatkan keputusan yang relevan.

3.2 LATAR BELAKANG

Wilayah Persekutuan Kuala Lumpur merupakan ibu negara Malaysia yang bertaraf bandaraya serta berada dibawah seliaan dan pentadbiran Dewan Bandaraya Kuala Lumpur (DBKL). Kawasan pentadbirannya adalah seluas 243.56 km persegi. Berdasarkan maklumat daripada pihak DBKL, pada tahun 2010, bandaraya ini mempunyai penduduk seramai 3.0 juta pada waktu siang dan seramai 1.6 juta pada waktu malam. Populasi penduduk di Wilayah Persekutuan pada tahun 2013 adalah seramai 1,732,000 orang. Menjelang tahun 2020, pihak DBKL menjangkakan jumlah penduduk di Wilayah Persekutuan Kuala Lumpur akan mencecah 2.2 juta orang.

DBKL, selaku Pihak Berkuasa Tempatan (PBT) yang bertanggungjawab menyelia dan mentadbir Wilayah Persekutuan Kuala Lumpur, telah melalui pelbagai evolusi pentadbiran seawal tahun 1890 sehinggalah pada tahun 1972 dengan nama Dewan Bandaraya. DBKL mempunyai visi untuk merealisasikan Kuala Lumpur sebagai bandaraya bertaraf dunia menjelang tahun 2020 dengan menjadi PBT terunggul yang dapat memenuhi citarasa wargakota. Oleh yang demikian, demi mencapai visi tersebut, DBKL telah menetapkan misi untuk mencapai kemajuan, kemakmuran dan kesejahteraan ibu Kota Kuala Lumpur menerusi program pembangunan fizikal, sosio-ekonomi, kawalan perancangan dan perkhidmatan perbandaran secara terancang dan terselaras berteraskan kepada tadbir urus yang cemerlang.

Berbekalkan slogan DBKL “Bersedia Menyumbang, Bandaraya Cemerlang” agensi ini menetapkan objektif untuk memastikan dan mempercepatkan pelaksanaan pencapaian status bandaraya bertaraf dunia yang unggul dan cemerlang. Justeru, setiap perkhidmatan yang diberikan haruslah menepati dasar kualiti iaitu menyediakan dan mempertingkatkan perkhidmatan yang efisien, mesra dan telus, selari dengan kemajuan dan pembangunan kakitangan.

Sepertimana jabatan-jabatan Kerajaan yang lain, DBKL turut mempunyai fungsi-fungsi seperti yang tersenarai dibawah:

- i. Merancang dan mengawal pembangunan Bandar;
- ii. Memberi perkhidmatan pembersihan dan pelupusan sampah;
- iii. Memberi perkhidmatan kesihatan awam dan mengawal pencemaran;
- iv. Membina dan menyelenggara jalan, mengadakan prasarana pengangkutan dan mengurus system lalulintas;
- v. Membina dan mengurus perumahan awam;
- vi. Membina dan menyelenggara system perparitan dan sungai;
- vii. Membangun dan mengurus hal ehwal penjaja dan peniaga kecil;

- viii. Mengeluar dan mengawal lesen perniagaan;
- ix. Mengurus pengindahan Bandar;
- x. Pengurusan, pengawalan & penempatan semula setinggan;
- xi. Menyedia, mengurus dan menyenggara kemudahan awam;
- xii. Merancang dan melaksanakan aktiviti sukan, kebudayaan dan pelancongan; dan
- xiii. Memberi perkhidmatan komuniti dan sosial kepada warga kota.

DBKL, yang diterajui oleh Datuk Bandar Kuala Lumpur, Datuk Seri Ahmad Phesal bin Haji Talib, mempunyai kekuatan seramai 9,566 pegawai dan kakitangan tetap serta 3,041 pegawai dan kakitangan yang diambil secara kontrak yang bertugas dalam hampir 30 jabatan di DBKL termasuklah Jabatan Perlesenan dan Pengurusan Penjaja.

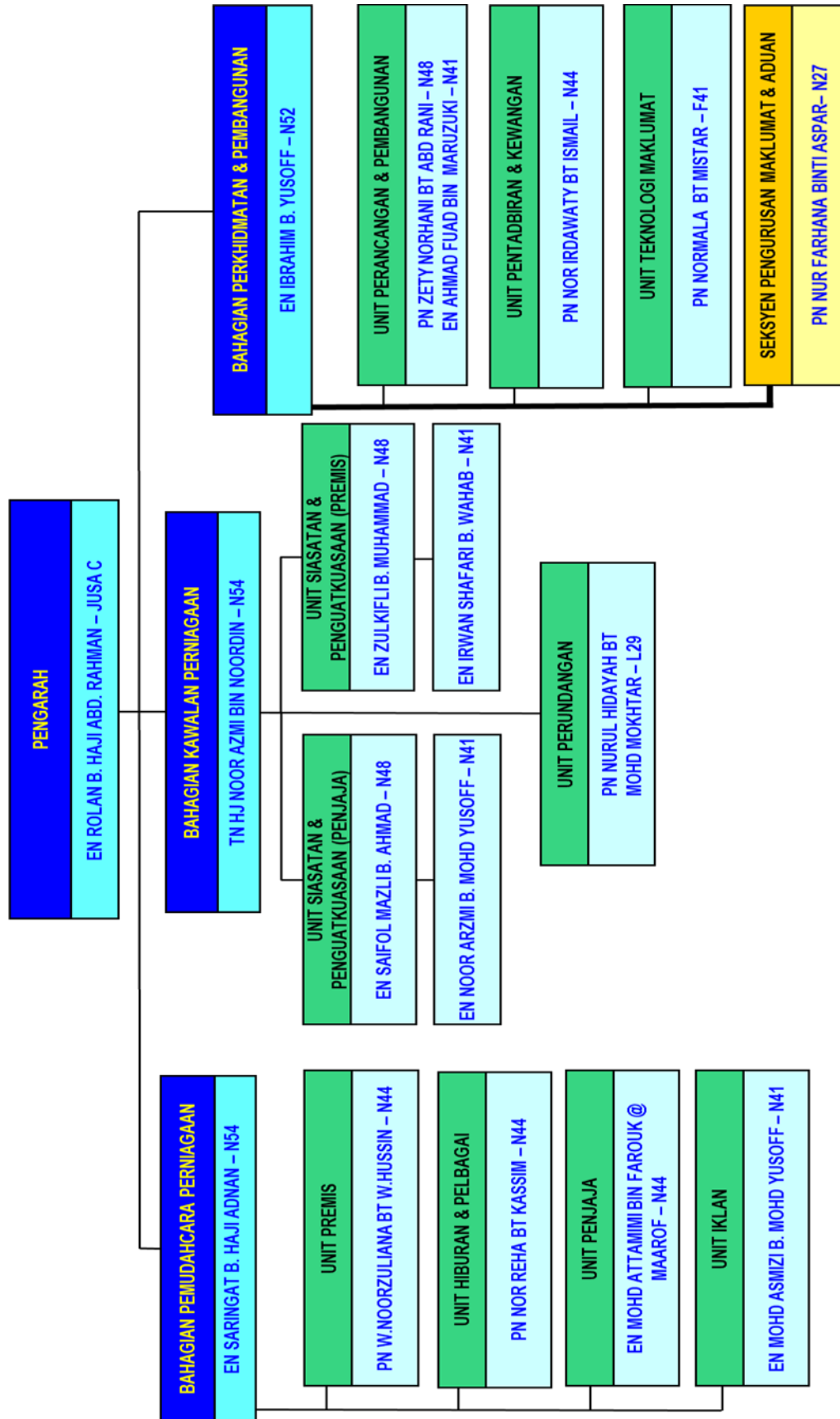
Jabatan Perlesenan dan Pengurusan Penjaja adalah merupakan salah satu daripada hampir 30 Jabatan di DBKL yang mana objektif Jabatan ini adalah memastikan proses permohonan dan keputusan bagi semua jenis lesen perniagaan dilaksanakan mengikut piagam pelanggan serta memastikan pemantauan dan penguatkuasaan undang-undang dijalankan secara sistematik dalam membantu membangunkan perkembangan perniagaan secara terkawal. Berikut adalah fungsi-fungsi Jabatan tersebut:

- i. Mencadangkan penggubalan dasar dan melaksanakan dasar perlesenan yang telah ditetapkan oleh Pentadbiran DBKL;
- ii. Memproses dan mengeluarkan lesen premis perniagaan, lesen iklan, lesen hiburan, lesen minuman keras dan pelbagai lesen-lesen lain;
- iii. Menguatkuasakan undang-undang dan syarat-syarat pelesenan;
- iv. Mengawal dan memastikan perkembangan kebudayaan yang sihat melalui pemantauan penguatkuasaan di pusat-pusat hiburan; dan
- v. Bertindak sebagai sebuah jabatan pemungut hasil DBKL dan Kerajaan Persekutuan melalui kutipan fi lesen dan cukai hiburan.

Fungsi-fungsi yang ditetapkan ini adalah bagi mencapai visi Jabatan ini yang ingin meningkatkan keupayaan dan daya usaha ke arah mewujudkan komuniti perniagaan formal dan tidak formal yang professional dan berdisiplin bagi memajukan perkembangan ekonomi dalam membantu mencapai visi pentadbiran DBKL sebagai bandaraya bertaraf dunia. Berdasarkan visi tersebut, Jabatan Pelesenan dan Pengurusan Penjaja menetapkan misi untuk berusaha dan bersatu tenaga secara produktif, efisien dan berkualiti bagi melahirkan perkhidmatan Jabatan yang sentiasa cekap dan profesional.

Terdapat tiga bahagian utama dibawah Jabatan ini iaitu Bahagian Pemudahcara Perniagaan, Bahagian Kawalan Perniagaan dan Bahagian Perkhidmatan dan Pembangunan. Unit Iklan adalah unit yang bertanggungjawab dalam menangani isu pemasangan *bunting* haram ini dan juga terletak dibawah Bahagian Pemudahcara Perniagaan. Antara tugas dan tanggungjawab Unit Iklan termasuklah memproses permohonan iklan tiang lampu, kain rentang dan belon; memproses permohonan iklan paparan sementara; memproses permohonan pertukaran visual paparan iklan dan menjalankan tindakan penurunan paparan iklan serta menjalankan siasatan ke atas paparan iklan.

CARTA ORGANISASI **JABATAN PELESENAN DAN PENGURUSAN PENJAJA**



Rajah 1: Carta Organisasi Jabatan Pelesenan dan Pengurusan Penjaja

3.3 TAHAP PEMBANGUNAN DAN LAIN-LAIN

Dewasa ini, isu lambakan *bunting* haram dilihat semakin menjadi-jadi di sekitar Kuala Lumpur. Isu ini telah lama bertapak dan bagaikan tiada kesudahannya walaupun Akta Undang-undang Kecil Wilayah Persekutuan 1982 yang digunapakai sebagai kitab dalam menangani isu ini telah berdekad lama diwujudkan. Persoalannya sekarang, apakah yang menjadi faktor penyumbang kepada perkara ini semakin berleluasa? Sebelum permasalahan ini dirungkai dengan lebih mendalam, fenomena semasa berkaitan hal ini perlu dilihat dengan lebih terperinci.

Betapa isu ini dianggap serius pihak DBKL dapat digambarkan dalam akhbar Utusan Malaysia bertarikh 13 Sept 2012. Timbalan Ketua Pengarah Sosio ekonomi DBKL, Datuk Mhd. Amin Nordin Abdul Aziz berkata, Datuk Bandar, Datuk Ahmad Phesal Talib telah mengarahkan Dewan Bandaraya Kuala Lumpur (DBKL) supaya menubuhkan skuad khas untuk mengatasi masalah berkaitan *bunting* haram. Skuad tersebut yang terdiri daripada 110 anggota dengan 10 orang bagi setiap cawangan mengikut kawasan Parlimen akan mempunyai anggota penguatkuasa untuk mengambil tindakan, mengenal pasti serta menangkap mereka yang menaikkan *bunting* haram. "Ini supaya DBKL dapat mengambil tindakan dan membawa perkara itu ke mahkamah untuk tindakan selanjutnya dan turut berperanan menurunkan *bunting* haram ini," ujarnya.

Adalah sukar untuk mengambil tindakan undang-undang ke atas mereka yang terlibat dalam pemasangan *bunting* haram ini. Selain disebabkan tiada keseragaman undang-undang yang digunapakai oleh PBT, pendakwaan adalah sukar kerana pihak DBKL memerlukan bukti yang kukuh bagi memastikan pesalah tidak terlepas daripada tuduhan yang dikenakan. Pada masa kini, banyak kes yang tidak dapat dibawa ke muka pengadilan disebabkan bahan bukti yang diperoleh masih boleh dipersoalkan. Setakat ini hanya mereka yang ditangkap ketika memasang *bunting* haram sahaja yang berjaya dibawa ke muka pengadilan. Sedikit sebanyak, perkara ini menyebabkan mereka yang terlibat seolah-olah merasa kebal untuk terus melanggar ketetapan sedia ada.

Statistik penurunan *bunting* di Wilayah Persekutuan Kuala Lumpur oleh Jabatan Pemudahcara Perniagaan dan Pengurusan Penjaja, menunjukkan kuantiti yang tiada satu corak spesifik. Namun, dapat dikaitkan peningkatan penurunan *bunting* haram ini dengan musim perayaan. Hal ini adalah kerana, apabila banyak *bunting* yang diturunkan, bererti banyak *bunting* yang dipasang. Ia adalah signifikan dengan bilangan iklan promosi yang dipasang secara berleluasa dan tanpa kawalan oleh peniaga-peniaga di merata tempat bagi menarik minat pengguna sepanjang musim perayaan dan jualan akhir tahun (*Year End Sales*).

Bagi mengurangkan penularan masalah ini, pihak DBKL juga sedang mengkaji untuk memasang struktur khas bagi orang ramai menaikkan *bunting* iklan-iklan secara percuma yang akan diletakkan di lokasi tertentu bagi membendung masalah *bunting* haram yang berleluasa dan mencemarkan pemandangan serta merosakkan harta awam. Selain itu, pihak berkenaan mengkaji lokasi untuk meletakkan struktur khas itu di kawasan perumahan yang mempunyai banyak kawasan perdagangan dan komersial.

Dalam satu operasi yang dijalankan pada September 2012, DBKL telah menurunkan sebanyak 7,827 *bunting* haram dalam operasi hari ini iaitu di kawasan Bukit Bintang sebanyak 1,031, Wangsa Maju (1,252) dan Lembah Pantai (5,544). Sejak awal tahun sehingga Julai 2012, DBKL telah menurunkan sebanyak 637,719 *bunting* iklan haram. Tambahnya, kesalahan tersebut boleh disabitkan di bawah Undang-Undang Kecil Iklan Haram Wilayah Persekutuan Kuala Lumpur (WPKL) 1982 dan Undang-Undang Kecil Vandalisma WPKL 2002. Beliau turut memberitahu, pihaknya sedang memperluaskan secara berperingkat papan iklan elektronik supaya satu masa nanti tidak ada lagi iklan *bunting* yang tergantung di tepi jalan.

Daripada kenyataan akhbar, penyelidikan, sorotan literatur dan data statistik yang dibekalkan menunjukkan bahawa pemasalahan pemasangan *bunting* iklan haram di Kuala Lumpur sememangnya telah lama berakar umbi dan fenomenanya akhir-akhir ini seperti cendawan yang tumbuh selepas hujan walhal pelbagai usaha yang telah dilakukan oleh pihak berkuasa terutamanya pihak DBKL. Maka, tidak seharusnya jari ditunding ke arah pihak DBKL sahaja. Satu kajian yang lebih menyeluruh harus dilakukan bagi mengenalpasti faktor utama yang menyebabkan masalah ini semakin berleluasa.

3.4 LATAR BELAKANG ISU

Isu pemasangan *bunting* iklan haram bagaikan tiada kesudahannya biarpun pihak berkuasa telah menjalankan operasi menurunkan dan menanggalkannya. Walaupun pelbagai usaha telah dijalankan, tindakan penguatkuasan yang diambil dilihat hanya seperti merawat barah yang telah lama menular. Tindakan menurunkan dan memusnahkan *bunting* iklan-iklan haram ini dilihat sekadar penyelesaian jangka pendek. Hal ini kerana, pihak-pihak yang terlibat akan terus menaikkan semula *bunting* iklan-iklan mereka sejinus selepas pihak berkuasa mengambil tindakan.

Hasil daripada pemerhatian dan kajian yang telah dilakukan, didapati bahawa kebanyakan *bunting* iklan haram yang dipasang adalah iklan-iklan yang berkaitan dengan pinjaman tidak berlesen, iklan-iklan komersial serta pemasangan tanda arah ke sesuatu lokasi yang tidak mendapat kebenaran pihak berkuasa. Selain itu, tanda-tanda arah ke majlis perkahwinan juga sebenarnya adalah di antara penyumbang kepada statistik permasalahan ini. Selain daripada *bunting* iklan yang dipasang tanpa mendapat kelulusan pihak berkuasa, *bunting* iklan yang tidak diturunkan selepas tarikh kelulusannya juga dianggap sebagai iklan haram. Ada juga pihak yang tidak bertanggungjawab memasang *bunting* iklan melebihi bilangan yang telah diluluskan.

Kehadiran *bunting* iklan haram ini sebenarnya banyak membawa masalah kepada orang awam. Antara keluhan yang seringkali diutarakan oleh orang awam ialah kepayahan yang terpaksa mereka hadapi apabila *bunting* iklan-iklan ini dipasang sehingga menutup papan tanda arah jalan, membahayakan orang ramai dan mencemarkan pemandangan kawasan sekitar. Naib Pengerusi Yayasan Pencegahan Jenayah Malaysia, Tan Sri Lee Lam Thye berkata dalam akhbar Sinar Harian bertarikh 4 Ogos 2012, isu penempatan iklan secara haram di lokasi tidak sewajarnya itu mampu membawa pelbagai bahaya. “Mungkin tiba masanya Kerajaan memperkenalkan undang-undang keseragaman bagi pemasangan iklan seumpama ini. Setiap PBT mempunyai undang-undang kecil sendiri dan ketiadaan penyeragaman dianggap mampu menimbulkan banyak masalah,” katanya.

Kenyataan Tan Sri Lee Lam Thye ada kebenarannya. Setiap PBT bertindak atas undang-undang kecil sendiri yang menggariskan peraturan dan keperluan yang berbeza. Hal ini sedikit sebanyak memberikan ruang dan peluang kepada pihak yang tidak bertanggungjawab memanipulasi ketidakseragaman undang-undang ini. Orang awam juga rata-rata berpendapat bahawa permasalahan ini timbul disebabkan tiada penguatkuasaan yang ketat oleh pihak berkuasa. Oleh sebab itu, isu ini tidak seharusnya dipandang enteng. Selain memberi imej

negatif terhadap pihak berkuasa; dalam hal ini pihak PBT, secara umumnya, tanggapan seumpama ini menggambarkan betapa orang awam tidak mempunyai kepercayaan terhadap ketelusan kakitangan awam. Maka, sudah tiba masa satu anjakan paradigma dilakukan bagi mengatasi permasalahan ini.

Bagi melihat permasalahan ini dalam konteks yang lebih mikro, para peserta yang ditempatkan di DBKL telah mengadakan sesi perbincangan intensif dengan Bahagian Perlesenan dan Pengurusan Penjaja DBKL. Pelbagai isu telah dibangkitkan sebelum keputusan sebulat suara dicapai. Dalam memahami isu iklan haram ini, permasalahan tersebut perlu dilihat daripada pelbagai perspektif. Hal ini kerana, definisi iklan sahaja terlalu luas dan terdapat 11 kawasan Parlimen di bawah seliaan pihak DBKL. Selain itu, kekangan waktu juga merupakan salah satu halangan yang memaksa para peserta untuk mengecilkan skop kajian. Maka, keputusan sebulat suara telah dicapai untuk melihat kepada faktor yang menyumbang kepada pemasangan *bunting* iklan haram di kawasan Kepong, Kuala Lumpur.

Kepong merupakan salah satu daripada 11 Parlimen yang terletak dalam seliaan DBKL. Ia merupakan antara kawasan yang begitu sinonim dengan masalah pemasangan iklan haram di setiap penjuru kawasan ini. Terletak di sempadan Kuala Lumpur dan Selangor, Kepong merupakan antara kawasan yang padat dengan penempatan dan kawasan perniagaan. Dengan kepadatan penduduk yang tinggi, isu pemasangan iklan haram ini dianggap begitu kritikal di Kepong. Para peniaga berlumba memasang iklan-iklan di merata kawasan tanpa mengendahkan peraturan dan ketetapan yang ditetapkan oleh pihak DBKL semata-mata untuk mengaut keuntungan segera. Kos membuat iklan seperti kain rentang, gegantung, dan lain-lain jenis iklan adalah terlalu murah dan mudah didapati menyebabkan golongan ini lebih gemar untuk mengambil jalan mudah. Walaupun iklan-iklan mereka diturunkan oleh pihak berkuasa, mereka tanpa ragu akan memasang semula iklan-iklan mereka.

Adalah tidak berasas tuduhan dan tohmahan orang awam yang mengatakan bahawa tiada pemantauan dan penguatkuasaan yang dilakukan oleh pihak DBKL. Hal ini dibuktikan melalui jadual rondaan dan pemantauan yang telah disediakan oleh Unit Iklan. Hampir setiap hari, kakitangan DBKL akan ditugaskan untuk mengadakan rondaan bagi memastikan setiap *bunting* iklan haram yang dipasang tanpa kebenaran diturunkan. Selain itu, pihak DBKL juga telah mengambil tindakan terhadap pihak yang didapati melanggar Akta yang telah ditetapkan. Namun begitu, adalah sukar bagi pihak DBKL untuk mengambil tindakan undang-undang terhadap mereka yang terbabit disebabkan banyak isu yang perlu dipertimbangan sebelum mereka ini boleh disabitkan bersalah. Keadaan ini secara tidak langsung menyebabkan peningkatan dalam pemasangan iklan-iklan haram.

Namun begitu, musuh utama pihak DBKL adalah kedegilan pihak yang tidak bertanggungjawab yang tidak serik dengan tindakan yang diambil oleh pihak DBKL. Selain itu, sikap tidak ambil peduli segelintir masyarakat dalam menangani masalah ini juga menjadi isu kepada pihak DBKL. Jika hendak disenaraikan, terdapat pelbagai faktor yang boleh menyumbang kepada masalah pemasangan iklan haram yang semakin berleluasa ini. Sehubungan itu, adalah wajar satu kajian terperinci dijalankan bagi mengenalpasti faktor sebenar yang menyulitkan isu iklan haram ini diatasi walaupun terdapat pelbagai peraturan, undang-undang dan akta telah digubal.

3.5 RUMUSAN

Setelah kajian kes dilakukan, pemahaman dan pandangan penyelidik mengenai kajian yang bakal dijalankan adalah lebih jelas. Oleh yang demikian, setelah kajian kes difahami berdasarkan perbincangan mengenai isu yang dikupas, penyelidik tidak akan menghadapi sebarang masalah untuk menjalankan kajian ini di lokasi kajian serta mampu menjawab segala kemusykilan atau pertanyaan yang bakal diajukan oleh responden.

BAB EMPAT

ANALISIS KAJIAN

4.1 PENGENALAN

Melalui instrumen yang dilaksanakan bagi kajian ini, teknik data analisis yang bersesuaian telah dipilih dengan menggunakan kaedah seperti berikut :

- **TEMUBUAL**

Temubual bersama beberapa orang responden akan diolah dan dirumuskan di dalam dapatan analisis kajian pada bab kelima.

- **SOAL SELIDIK**

Soal Selidik yang telah dilaksanakan akan dianalisa melalui program *Statistical Package for The Social Science* (SPSS) yang dapat membantu menghasilkan keputusan yang sah dalam kajian ini.

4.1.1 UJIAN KEPERCAYAAN

Sebelum kajian sebenar dilaksanakan, satu ujian kebolehpercayaan (*pilot test*) telah dijalankan kepada 30 orang responden di kawasan Kepong. Berdasarkan ujian ini, jelas menunjukkan bahawa soalan bagi pembolehubah bersandar (IV) iaitu bahagian B hingga G untuk kajian ini adalah bagus dan boleh dipercayai berdasarkan nilai Cronbach's Alpha yang melebihi 0.6.

Jadual 1 : Ujian Kebolehpercayaan

SOALAN	Pilot Test (30 Resp)	Kajian Sebenar
B	0.703	0.701
C	0.721	0.727
D	0.692	0.633
E	0.789	0.875
F	0.804	0.826
G	0.890	0.921

4.2 DEMOGRAFI RESPONDEN

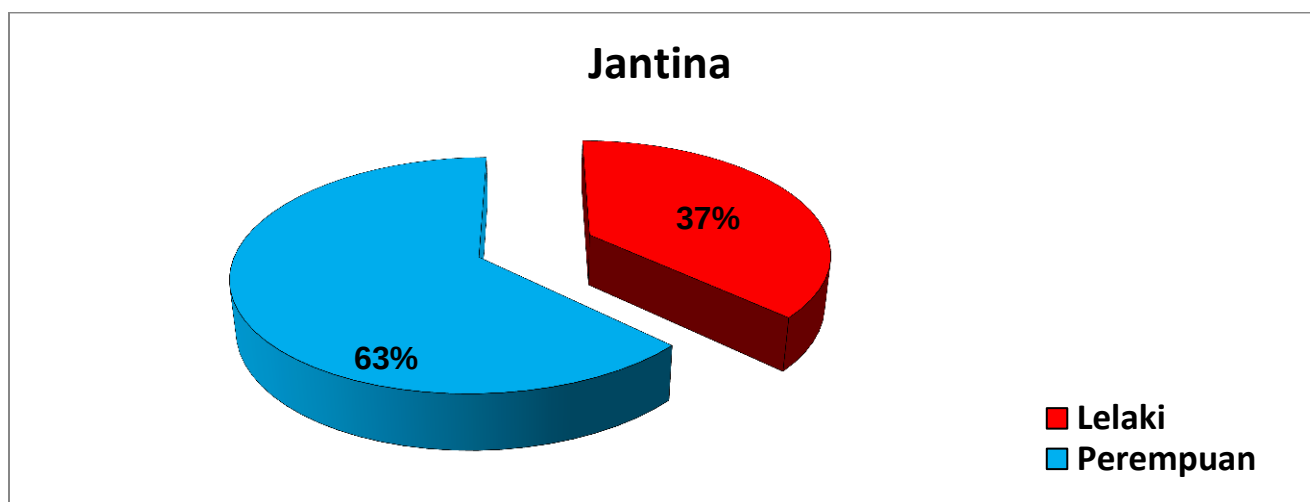
4.2.1 Jantina Responden

Kajian pada awalnya telah mensasarkan seramai 100 responden dan telah berjaya ditemubual dalam tempoh 1 hari iaitu pada 21 Mac 2013 dengan pecahan mengikut jantina adalah seperti di Rajah 2 di bawah. Seramai 37 (37%) responden adalah lelaki manakala 63 responden (63%) adalah perempuan.

Jadual 2 : Jantina

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Lelaki	37	37.0	37.0	37.0
	Perempuan	63	63.0	63.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Rajah 2 : Pecahan Responden Mengikut Jantina



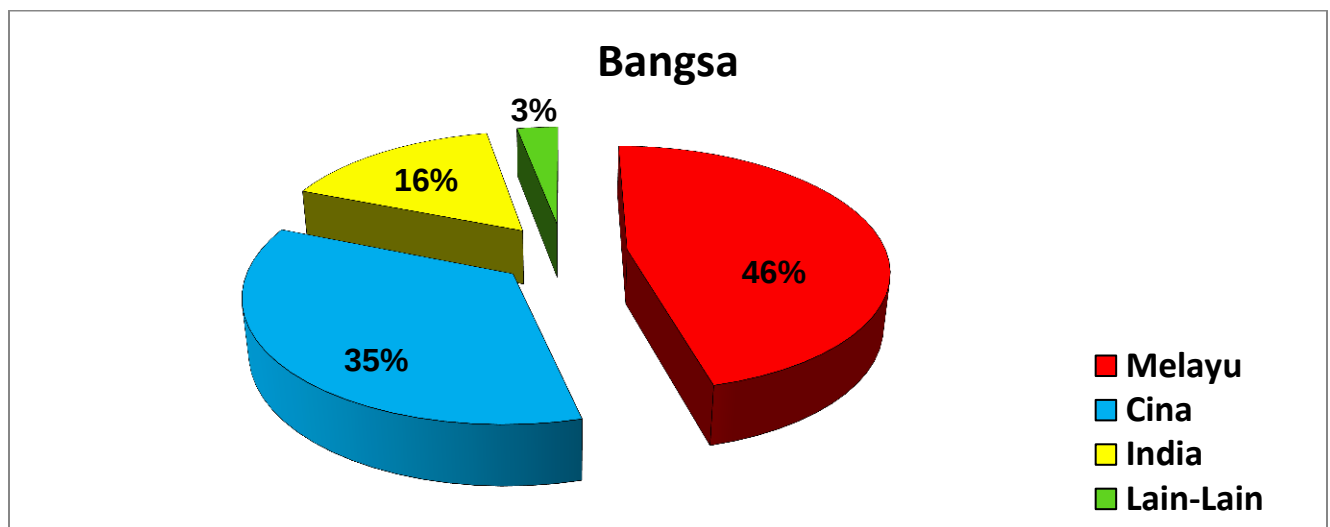
4.2.2 Bangsa

Pemilihan responden mengikut bangsa telah dibuat secara rawak. Kaum Melayu merupakan responden teramai iaitu sebanyak 46 orang (46%), Cina seramai 35 orang (35%), India seramai 16 orang (16%) dan lain-lain seramai 3 orang (3%). Maklumat bangsa ditunjukkan secara grafik di Rajah 3 di bawah.

Jadual 3 : Bangsa

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Melayu	46	46.0	46.0	46.0
	Cina	35	35.0	35.0	81.0
	India	16	16.0	16.0	97.0
	Lain-lain	3	3.0	3.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Rajah 3 : Pecahan Responden Mengikut Bangsa



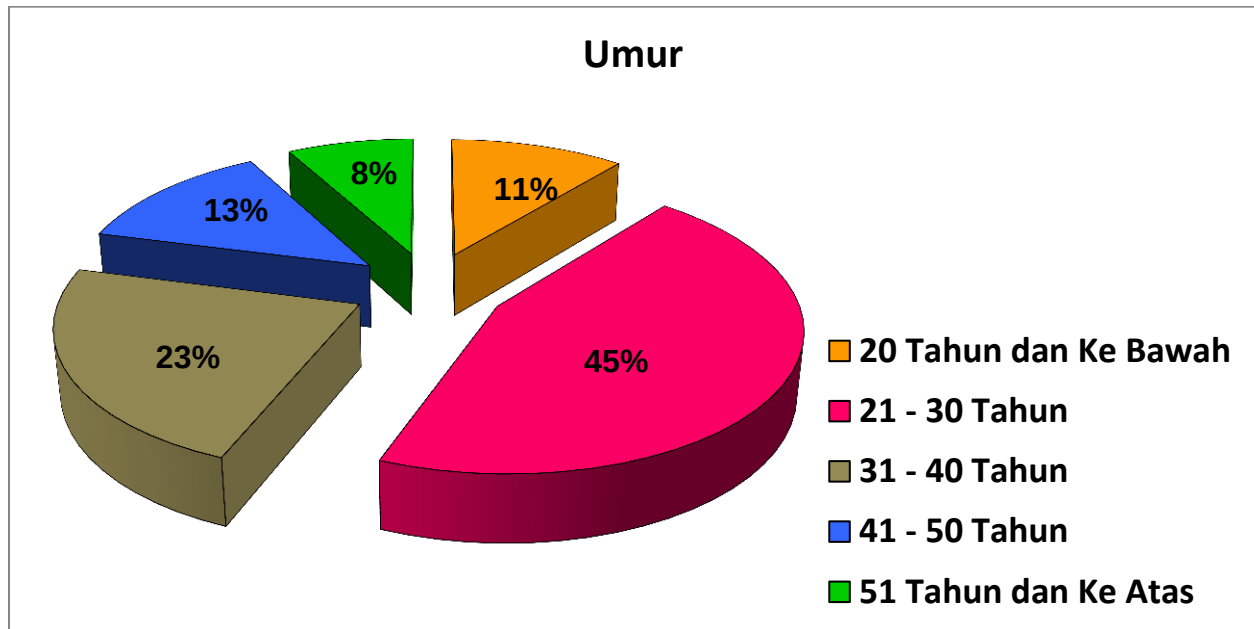
4.2.3 Umur

Dari segi taburan umur, kebanyakan responden adalah tergolong dalam kelompok umur antara 21 hingga 30 tahun (45%), diikuti mereka yang berumur antara 31 hingga 40 tahun (23%), 41 hingga 50 tahun (13%), 20 tahun dan ke bawah (11%) dan bakinya mereka yang berumur 51 tahun dan ke atas (8%). Pecahan lengkap responden mengikut umur adalah seperti di Rajah 4.

Jadual 4 : Umur

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	20 tahun dan ke bawah	11	11.0	11.0	11.0
	21 - 30 tahun	45	45.0	45.0	56.0
	31 - 40 tahun	23	23.0	23.0	79.0
	41 - 50 tahun	13	13.0	13.0	92.0
	51 tahun dan ke atas	8	8.0	8.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Rajah 4 : Pecahan Responden Mengikut Umur



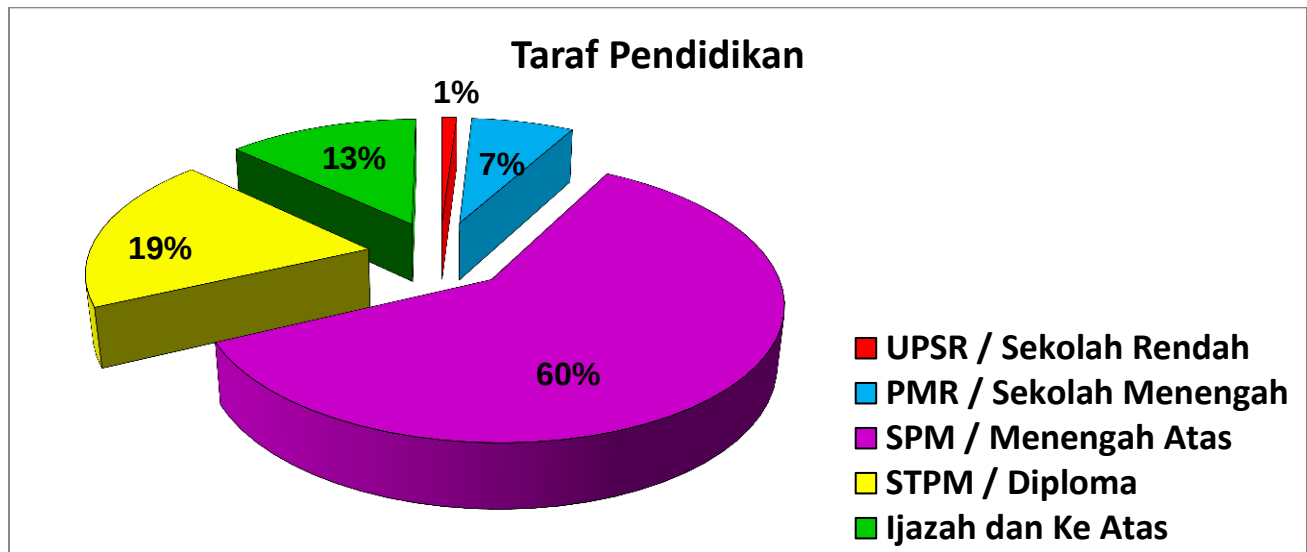
4.2.4 Taraf Pendidikan

Dari segi taraf pendidikan, lebih separuh responden mempunyai taraf pendidikan Sijil Pelajaran Malaysia (SPM) / Menengah Atas (60%), diikuti dengan Silil Tinggi Pelajaran Malaysia (STPM) / Diploma (19%), Ijazah dan Ke Atas (13%), Penilaian Menengah Rendah (PMR) / Sekolah Menengah (7%) dan Ujian Penilaian Sekolah Rendah (UPSR) / Sekolah Rendah (1%). Pecahan lengkap responden mengikut taraf pendidikan adalah seperti di Rajah 5.

Jadual 5 : Taraf Pendidikan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	UPSR / Sekolah Rendah	1	1.0	1.0	1.0
	PMR / Sekolah Menengah	7	7.0	7.0	8.0
	SPM / Menengah Atas	60	60.0	60.0	68.0
	STPM / Diploma	19	19.0	19.0	87.0
	Ijazah dan ke atas	13	13.0	13.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Rajah 5 : Pecahan Responden Mengikut Taraf Pendidikan



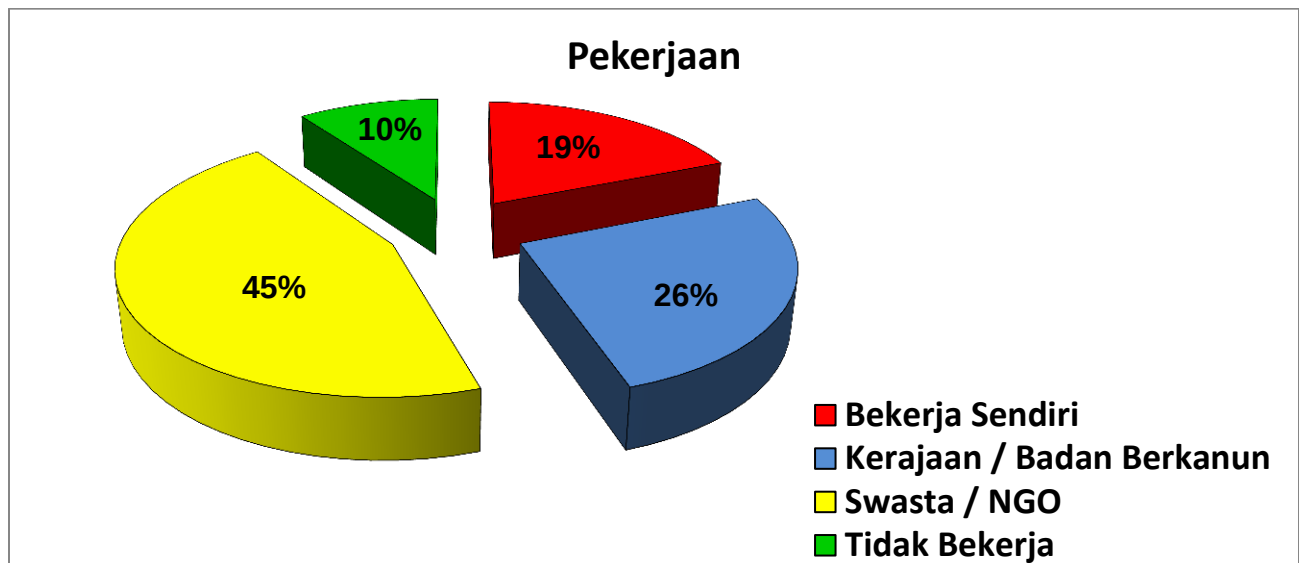
4.2.5 Pekerjaan

Hampir separuh responden (45%) bekerja dalam sektor swasta / NGO, manakala 26% terdiri daripada penjawat awam / badan berkanun, 19% adalah bekerja sendiri dan 10% pula tidak bekerja. Pecahan lengkap responden mengikut pekerjaan adalah seperti di Rajah 6.

Jadual 6 : Pekerjaan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Bekerja Sendiri	19	19.0	19.0	19.0
	Kerajaan / Badan Berkanun	26	26.0	26.0	45.0
	Swasta / NGO	45	45.0	45.0	90.0
	Tidak Bekerja	10	10.0	10.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Rajah 6 : Pecahan Responden Mengikut Taraf Pendidikan



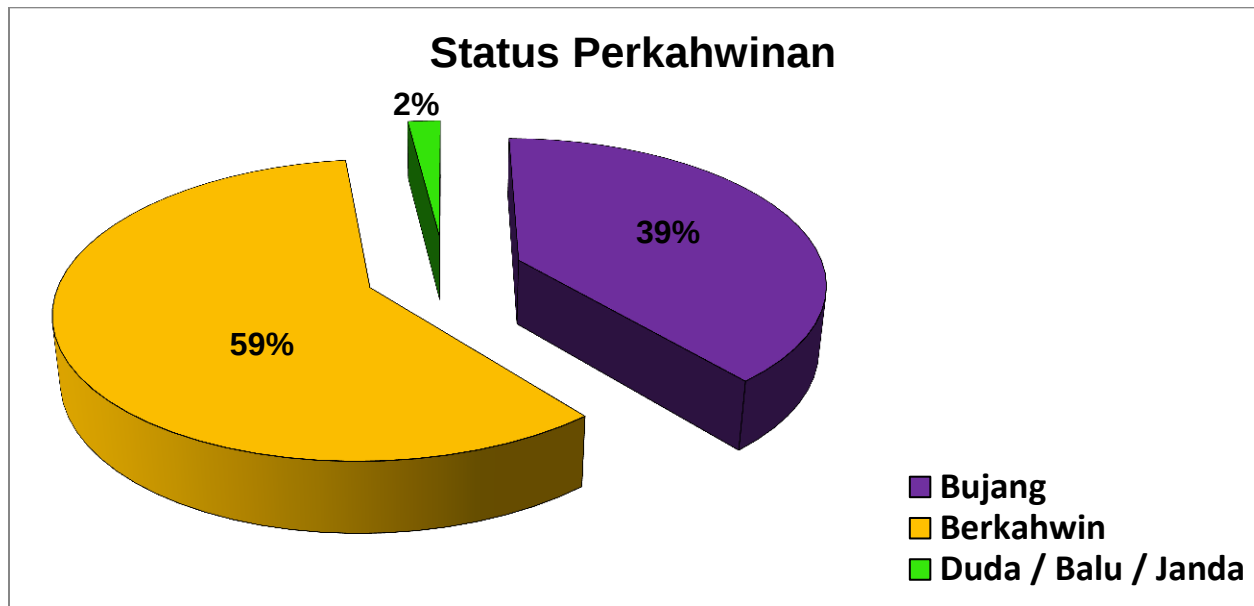
4.2.6 Taraf Pendidikan

59% responden adalah terdiri daripada golongan yang telah berkahwin, 39% bujang dan 2% adalah balu / duda / janda. Pecahan lengkap responden mengikut taraf pendidikan adalah seperti di Rajah 7.

Jadual 7 : Status Perkahwinan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Bujang	39	39.0	39.0	39.0
	Berkahwin	59	59.0	59.0	98.0
	Duda / Balu / Janda	2	2.0	2.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Rajah 7 : Pecahan Responden Mengikut Taraf Pendidikan



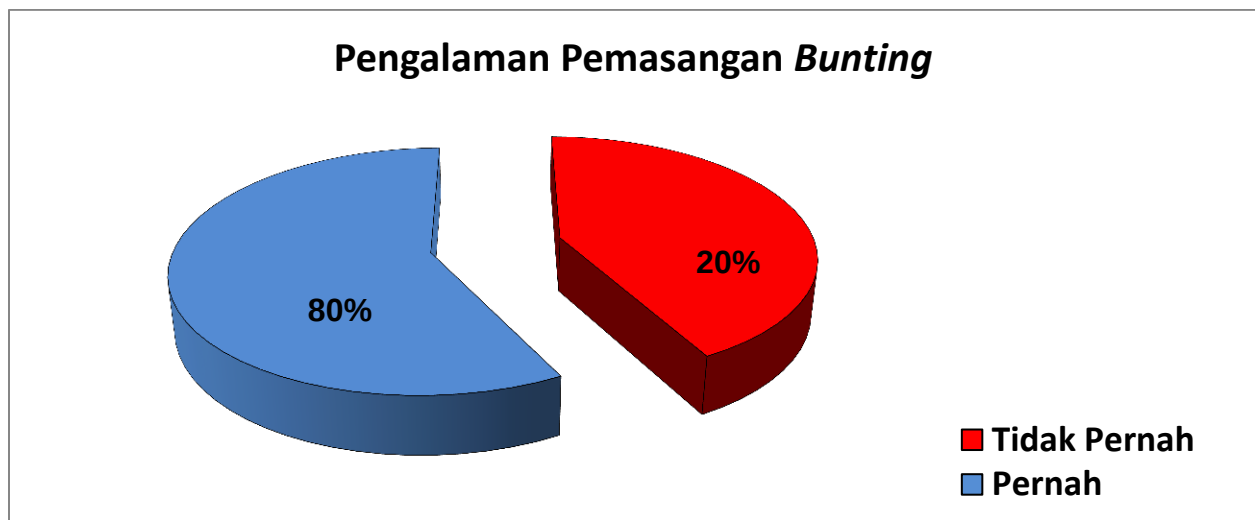
4.2.7 Pengalaman Pemasangan *Bunting*

Hasil dapatan soal selidik menunjukkan 80% daripada responden pernah memasang *bunting* manakala baki sebanyak 20% tidak pernah memasang *bunting*. Pecahan lengkap responden mengikut pengalaman pemasangan *bunting* adalah seperti di Rajah 8.

Jadual 8 : Pengalaman memasang *bunting*

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ya	80	80.0	80.0	80.0
	Tidak	20	20.0	20.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Rajah 8 : Pecahan Responden Mengikut Pengalaman Pemasangan Bunting



4.3 ANALISIS DAPATAN

UJIAN KEBOLEHPERCAYAAN ITEM FAKTOR YANG MENYUMBANG TERHADAP PEMASANGAN BUNTING SECARA HARAM

Menggunakan kaedah *Reliability Statistics*, *Scale Statistics* dan *Item Statistics*, hasil dapatan kajian bagi item faktor yang menyumbang terhadap pemasangan *bunting* secara haram adalah seperti rajah berikut:

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.921	.921	10

Berdasarkan ***Reliability Statistics***, skor **Cronbach's Alpha** iaitu sebanyak **0.921** jelas membuktikan kebolehpercayaan instrument yang digunakan dalam kaji selidik yang dilakukan kerana melebihi daripada 60% nilai kebolehpercayaan data. Ia menunjukkan hubungkait di antara item faktor yang menyumbang terhadap pemasangan *bunting* secara haram adalah dipengaruhi oleh angkuabah bebas (IV).

Scale Statistics			
Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
37.01	36.293	6.024	10

Summary Item Statistics							
	Mean	Minimum	Maximum	Range	Maximum / Minimum	Variance	N of Items
Item Means	3.701	3.420	4.060	.640	1.187	.053	10

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation
Mengetahui perlu mendapatkan kelulusan daripada pihak DBKL	3.71	.832
Pemasangan iklan melebihi tempoh waktu adalah satu kesalahan besar	3.68	.803
Kos pembuatan iklan yang murah menyebabkan iklan mudah dipasang secara haram	3.44	.845
Perlu mendapatkan kelulusan walaupun kuantitinya banyak	3.42	.901
Pemasangan iklan di merata-rata tempat tidak mencacatkan pemandangan Kuala Lumpur	3.76	.754
Tempoh masa pemasangan iklan (tidak lebih 2 bulan) merupakan satu tempoh yang singkat	4.06	.649
Lebih mementingkan keuntungan berbanding peraturan yang telah digariskan oleh pihak DBKL	3.68	.803
Sering memastikan bahawa iklan yang ditampal tidak dibuang oleh pihak berkuasa	3.44	.845
Mempunyai hubungkait dengan kegiatan gejala sosial seperti aktiviti Ah Long	3.76	.754
Aktiviti pemasangan <i>bunting</i> secara haram semakin berleluasa dan tidak terkawal sejak akhir-akhir ini	4.06	.649

Keputusan analisa dengan kadar **mean 37.01** bagi **Scale Statistics** dan kadar **item means** sebanyak **3.701** bagi **Summary Item Statistics** iaitu dengan setiap kenyataan memperoleh kadar **mean** melebihi **3.00** bagi **Item Statistics** jelas menunjukkan keputusan responden menjurus untuk bersetuju dengan setiap kenyataan yang diberikan dalam kaji selidik bahawa faktor yang menyumbang mempengaruhi pemasangan *bunting* secara haram.

Berdasarkan **Item Statistics** dengan **mean tertinggi** sebanyak **4.06** responden berpendapat bahawa tempoh masa maksima bagi pemasangan iklan iaitu tidak melebihi 2 bulan merupakan satu tempoh masa yang singkat. Ini menunjukkan bahawa majoriti pengiklan berpendapat tempoh masa perlu dilanjutkan melebihi masa maksima yang telah ditetapkan oleh pihak DBKL. Selain daripada itu, kebanyakan responden amat bersetuju bahawa aktiviti pemasangan *bunting* secara haram semakin berleluasa dan tidak terkawal sejak akhir-akhir ini.

TAHAP KEBOLEHPERCAYAAN ANGKUBAH BEBAS (IV) DARI ITEM PROSEDUR MEMPENGARUHI PEMASANGAN BUNTING SECARA HARAM

Menggunakan kaedah *Reliability Statistics*, *Scale Statistics* dan *Item Statistics*, hasil dapatan kajian bagi item prosedur mempengaruhi pemasangan *bunting* secara haram adalah seperti rajah berikut :

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.701	.775	8

Berdasarkan ***Reliability Statistics***, skor **Cronbach's Alpha** iaitu sebanyak **0.701** jelas membuktikan kebolehpercayaan instrument yang digunakan dalam kaji selidik yang dilakukan kerana melebihi daripada 60% nilai kebolehpercayaan data. Ia menunjukkan hubungkait di antara item prosedur mempengaruhi pemasangan *bunting* secara haram adalah kuat dan mempengaruhi angkubah bersandar (DV).

Scale Statistics			
Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
26.72	26.850	5.182	8

Summary Item Statistics							
	Mean	Minimum	Maximum	Range	Maximum / Minimum	Variance	N of Items
Item Means	3.340	2.710	3.850	1.140	1.421	.140	8

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation
Prosedur jelas dan mudah difahami	3.23	1.062
Prosedur tidak menyusahkan	3.53	.893
Proses diselesaikan dengan kadar segera	3.45	1.086
Pemohon dimaklumkan dengan jelas tatacara permohonan	3.85	.869
Prosedur dan proses tidak melibatkan banyak birokrasi	3.45	.925
Pemohon mematuhi tatacara ataupun prosedur	3.59	.954
Prosedur sedia ada perlu ditambahbaik	2.91	1.688
Bayaran yang dikenakan adalah bersesuaian dan tidak membebankan	2.71	1.380

Walau bagaimanapun, berdasarkan keputusan analisa dengan kadar **mean 26.72** bagi **Scale Statistics** dan kadar **item means** sebanyak **3.340** bagi **Summary Item Statistics**, iaitu dengan dua kenyataan memperoleh kadar **mean** tidak melebihi **3.00** bagi **Item Statistics** ini menunjukkan bahawa terdapat keputusan responden yang kurang bersetuju dengan setiap kenyataan yang diberikan dalam kaji selidik bahawa item prosedur mempengaruhi pemasangan *bunting* secara haram.

Berdasarkan **Item Statistics** dengan **mean tertinggi** sebanyak **3.85** responden bersetuju bahawa pemohon telah dimaklumkan dengan jelas tatacara permohonan tetapi tidak melibatkan publisit ataupun hebahan secara meluas. Ini kerana pihak DBKL hanya memaparkan maklumat berkaitan prosedur di laman sesawang atau *website* sahaja tanpa menggunakan kaedah yang komersial untuk makluman orang awam. Hal ini jelas menunjukkan orang ramai tidak mempunyai pengetahuan yang tinggi terhadap tatacara permohonan pemasangan *bunting* oleh pihak DBKL dan sekaligus menjurus ke aras kegiatan pemasangan iklan haram yang semakin berleluasa.

TAHAP KEBOLEHPERCAYAAN ANGKUBAH BEBAS (IV) DARI ITEM PERMINTAAN MEMPENGARUHI PEMASANGAN BUNTING SECARA HARAM

Menggunakan kaedah *Reliability Statistics*, *Scale Statistics* dan *Item Statistics*, hasil dapatan kajian bagi item permintaan mempengaruhi pemasangan *bunting* secara haram adalah seperti rajah berikut:

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.727	.728	5

Berdasarkan ***Reliability Statistics***, skor **Cronbach's Alpha** iaitu sebanyak **0.727** jelas membuktikan kebolehppercayaan instrument yang digunakan dalam kaji selidik yang dilakukan kerana melebihi daripada 60% nilai kebolehppercayaan data. Ia menunjukkan hubungkait di antara item permintaan mempengaruhi pemasangan *bunting* secara haram adalah mempengaruhi angkubah bersandar (DV).

Scale Statistics			
Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
17.89	11.149	3.339	5

Summary Item Statistics							
	Mean	Minimum	Maximum	Range	Maximum / Minimum	Variance	N of Items
Item Means	3.578	3.290	3.820	.530	1.161	.045	5

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation
Gemar menggunakan <i>bunting</i> untuk mempromosikan produk perniagaan	3.82	.947
Kos efektif kerana amat menjimatkan	3.74	.883
Permintaan tidak mendapat layanan sewajarnya dari pihak berkuasa	3.29	1.018
Kebanyakan iklan haram berpunca daripada permintaan yang tinggi dari pihak pengeluar	3.57	.977
Pihak DBKL dapat memenuhi permintaan yang tinggi	3.47	1.000

Keputusan analisa dengan kadar **mean 17.89** bagi **Scale Statistics** dan kadar **item means** sebanyak **3.578** bagi **Summary Item Statistics**, iaitu dengan setiap kenyataan memperoleh kadar **mean** melebihi **3.00** bagi **Item Statistics** jelas menunjukkan keputusan responden menjurus untuk bersetuju dengan setiap kenyataan yang diberikan dalam kaji selidik bahawa item permintaan mempengaruhi pemasangan *bunting* secara haram.

Berdasarkan **Item Statistics** dengan **mean tertinggi** sebanyak **3.82** responden bersetuju bahawa majority daripada mereka amat gemar menggunakan *bunting* untuk tujuan mempromosikan produk atau servis perniagaan. Ini disebabkan penggunaan bunting adalah lebih bersifat kos efektif bagi kerja percetakan. Para peniaga dan pengiklan juga lebih menjurus kea rah pendekatan konvensional atau tradisional berbanding menggunakan kaedah teknologi yang canggih pada masa kini.

Walaupun terdapat perkhidmatan *e-bunting* yang disediakan oleh pihak DBKL di 13 lokasi terpilih di sekitar bandaraya Kuala Lumpur, permintaan terhadap *bunting* masih mendapat tempat di hati para pengiklan.

TAHAP KEBOLEHPERCAYAAN ANGKUBAH BEBAS (IV) DARI ITEM PUBLISITI MEMPENGARUHI PEMASANGAN BUNTING SECARA HARAM

Menggunakan kaedah *Reliability Statistics*, *Scale Statistics* dan *Item Statistics*, hasil dapatan kajian bagi item publisiti mempengaruhi pemasangan *bunting* secara haram adalah seperti rajah berikut:

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.633	.772	8

Berdasarkan ***Reliability Statistics***, skor **Cronbach's Alpha** iaitu sebanyak **0.633** jelas membuktikan kebolehpercayaan instrument yang digunakan dalam kaji selidik yang dilakukan kerana melebihi daripada 60% nilai kebolehpercayaan data. Ia menunjukkan hubungkait di antara item publisiti mempengaruhi pemasangan *bunting* secara haram adalah mempengaruhi angkubah bersandar (DV).

Scale Statistics			
Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
28.97	19.605	4.428	8

Summary Item Statistics							
	Mean	Minimum	Maximum	Range	Maximum / Minimum	Variance	N of Items
Item Means	3.621	3.410	4.030	.620	1.182	.045	8

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation
Pernah mendengar atau melihat sebarang promosi dari pihak DBKL	3.64	.859
Mengetahui prosedur untuk memohon lesen melalui media massa	3.56	.833
Maklumat permohonan lesen mudah diperolehi daripada promosi yang dijalankan oleh pihak DBKL	3.44	.833
Promosi yang telah dijalankan oleh pihak DBKL adalah memadai	3.42	.843
Promosi wajar dilaksanakan secara berkala	3.41	.922
Menggunakan media baru sebagai medium utama bagi tujuan promosi	4.03	.658
Sumber memperoleh maklumat berkaitan prosedur	3.72	1.990
Kaedah penyampaian maklumat berkaitan prosedur yang lebih mudah	3.75	.821

Keputusan analisa dengan kadar **mean 28.97** bagi **Scale Statistics** dan kadar **item means** sebanyak **3.621** bagi **Summary Item Statistics**, iaitu dengan setiap kenyataan memperoleh kadar **mean** melebihi **3.00** bagi **Item Statistics** jelas menunjukkan keputusan responden menjurus untuk bersetuju dengan setiap kenyataan yang diberikan dalam kaji selidik bahawa item publisiti mempengaruhi pemasangan *bunting* secara haram.

Berdasarkan **Item Statistics** dengan **mean tertinggi** sebanyak **4.03** responden berpendapat bahawa pihak DBKL perlu menggunakan media baru sebagai medium utama bagi tujuan promosi. Ini berikutan daripada kebanyakan responden tidak sedar akan kewujudan sebarang publisiti daripada pihak DBKL berhubung prosedur permohonan iklan. Selari dengan generasi pada masa kini yang lebih dikenali sebagai generasi Alpha, teknologi maklumat adalah sandaran utama kerana generasi ini menunjukkan fenomena terkini yang amat gemar melayari *internet* terutama laman sesawang dan laman sosial seperti *Facebook* dan *Twitter*. Sehubungan itu, pihak DBKL disarankan agar menggunakan media baru sebagai kaedah terkini untuk membuat hebahan berkaitan tatacara permohonan pemasangan *bunting*. Kaedah ini dilihat lebih berkesan dan interaktif.

TAHAP KEBOLEHPERCAYAAN ANGKUBAH BEBAS (IV) DARI ITEM KESESUAIAN IKLAN MEMPENGARUHI PEMASANGAN BUNTING SECARA HARAM

Menggunakan kaedah *Reliability Statistics*, *Scale Statistics* dan *Item Statistics*, hasil dapatan kajian bagi item kesesuaian iklan mempengaruhi pemasangan *bunting* secara haram adalah seperti rajah berikut:

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.875	.874	5

Berdasarkan ***Reliability Statistics***, skor **Cronbach's Alpha** iaitu sebanyak **0.875** jelas membuktikan kebolehppercayaan instrument yang digunakan dalam kaji selidik yang dilakukan kerana melebihi daripada 60% nilai kebolehppercayaan data. Ia menunjukkan hubungkait di antara item kesesuaian iklan mempengaruhi pemasangan *bunting* secara haram adalah mempengaruhi angkubah bersandar (DV).

Scale Statistics			
Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
18.03	11.504	3.392	5

Summary Item Statistics							
	Mean	Minimum	Maximum	Range	Maximum / Minimum	Variance	N of Items
Item Means	3.606	3.440	3.760	.320	1.093	.024	5

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation
Mengetahui lokasi yang dibenarkan oleh pihak berkuasa	3.71	.832
Orang ramai mudah mengingati iklan yang diletakkan di persimpangan lampu isyarat	3.68	.803
Lokasi yang dibenarkan oleh pihak berkuasa kurang menjadi tumpuan orang ramai	3.44	.845
Mengetahui peraturan visual yang telah digariskan oleh pihak DBKL yang perlu dipatuhi	3.44	.914
Tidak menjadi kesalahan meletakkan gambar yang tidak sesuai	3.76	.754

Keputusan analisa dengan kadar **mean 18.03** bagi **Scale Statistics** dan kadar **item means** sebanyak **3.606** bagi **Summary Item Statistics**, iaitu dengan setiap kenyataan memperoleh kadar **mean** melebihi **3.00** bagi **Item Statistics** jelas menunjukkan keputusan responden menjurus untuk bersetuju dengan setiap kenyataan yang diberikan dalam kaji selidik bahawa item kesesuaian iklan mempengaruhi pemasangan *bunting* secara haram.

Berdasarkan **Item Statistics** dengan **mean tertinggi** sebanyak **3.76** jelas menunjukkan responden bersetuju dengan pernyataan bahawa tidak menjadi kesalahan meletakkan gambar yang tidak sesuai di setiap lokasi untuk menggantung iklan. Sepertimana yang telah digariskan oleh pihak DBKL, terdapat dua syarat utama yang perlu dipatuhi oleh setiap pengiklan bagi mendapat kelulusan daripada pihak DBKL iaitu visual dan lokasi. Para pengiklan perlulah mematuhi visual yang bersesuaian seperti tidak melatakan gambar yang dilarang serta memohon untuk menggantung iklan atau *bunting* di lokasi yang dibenarkan sahaja. Para pengiklan sama sekali tidak dibenarkan untuk menggantung sebarang iklan atau *bunting* di sepanjang jalan protokol seperti Jalan Mahameru, Jalan Duta dan Jalan Parlimen.

TAHAP KEBOLEHPERCAYAAN ANGKUBAH BEBAS (IV) DARI ITEM PENGUATKUASAAN MEMPENGARUHI PEMASANGAN BUNTING SECARA HARAM

Menggunakan kaedah *Reliability Statistics*, *Scale Statistics* dan *Item Statistics*, hasil dapatan kajian bagi item penguatkuasaan mempengaruhi pemasangan *bunting* secara haram adalah seperti rajah berikut :

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.826	.831	8

Berdasarkan ***Reliability Statistics***, skor **Cronbach's Alpha** iaitu sebanyak **0.826** jelas membuktikan kebolehpercayaan instrument yang digunakan dalam kaji selidik yang dilakukan kerana melebihi daripada 60% nilai kebolehpercayaan data. Ia menunjukkan hubungkait di antara item penguatkuasaan mempengaruhi pemasangan *bunting* secara haram adalah mempengaruhi angkubah bersandar (DV).

Scale Statistics			
Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
28.69	19.448	4.410	8

Summary Item Statistics							
	Mean	Minimum	Maximum	Range	Maximum / Minimum	Variance	N of Items
Item Means	3.586	3.410	3.780	.370	1.109	.030	8

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation
Pemantauan oleh pihak berkuasa adalah berkesan	3.68	.803
Pemantauan oleh pihak berkuasa adalah secara berkala	3.44	.845
Kadar denda / kompaun yang terlalu rendah menyebabkan orang awam tidak gusar	3.78	.705
Pernah melihat pihak berkuasa menjalankan aktiviti-aktiviti penguatkuasaan di bandaraya	3.44	.845
Takut dengan tindakan yang bakal diambil oleh pihak berkuasa	3.42	.901
Masyarakat harus memberi kerjasama dengan pihak berkuasa dalam menangani isu	3.76	.754
Aktiviti semakin berleluasa kerana amalan rasuah dalam kalangan pihak berkuatuksa	3.76	.754
Pihak berkuasa tegas semasa menguatkuasakan undang-undang	3.41	.933

Keputusan analisa dengan kadar **mean 28.69** bagi **Scale Statistics** dan kadar **item means** sebanyak **3.586** bagi **Summary Item Statistics**, iaitu dengan setiap kenyataan memperoleh kadar **mean** melebihi **3.00** bagi **Item Statistics** jelas menunjukkan keputusan responden menjurus untuk bersetuju dengan setiap kenyataan yang diberikan dalam kaji selidik bahawa item penguatkuasaan mempengaruhi pemasangan *bunting* secara haram.

Berdasarkan **Item Statistics** dengan **mean tertinggi** sebanyak **3.78** jelas menunjukkan responden bersetuju dengan kenyataan bahawa kadar denda atau kompaun yang dikenakan oleh pihak DBKL adalah terlalu rendah dan menyebabkan orang awam tidak gusar untuk melakukan kegiatan pemasangan *bunting* haram. Pada masa kini, denda yang dikenakan bagi kesalahan tamat tempoh penggantungan iklan adalah sebanyak RM2000 bagi setiap kesalahan manakala jumlah kompaun bagi wang cagaran adalah sebanyak RM1000 bagi kuantiti iklan yang kurang dari 100 unit dan RM200 bagi kuantiti iklan yang melebihi 100 unit.

4.4 PERBINCANGAN DAPATAN

PEMBOLEHUBAH	MIN	SISIHAN PIAWAI
Prosedur	3.340	5.182
Permintaan	3.578	3.339
Publisiti	3.621	4.428
Kesesuaian Iklan	3.606	3.392
Penguatkuasaan	3.586	4.410

Melalui kajian yang telah dijalankan, keputusan analisa dengan kadar *item means* yang tertinggi sebanyak **3.621** bagi **Summary Item Statistics** dan kadar **Sisihan Piawai** sebanyak **4.428** mendapati bahawa publisiti merupakan angkubah bebas (IV) yang menjadi penyumbang terbesar dalam mempengaruhi pemasangan *bunting* secara haram di daerah Kepong. Merujuk kepada kenyataan dengan memperoleh kadar *mean* yang tertinggi bagi **Item Statistics** iaitu sebanyak **4.03** jelas menunjukkan keputusan responden menjurus untuk bersetuju bahawa menggunakan media baru sebagai medium utama bagi tujuan promosi diikuti dengan kaedah penyampaian maklumat berkaitan prosedur yang lebih mudah dan sumber memperoleh maklumat berkaitan prosedur.

Dengan ini jelaslah bahawa faktor yang menjadi penyumbang utama kepada pemasangan *bunting* secara haram di daerah Kepong adalah publisiti atau hebahan terhadap tatacara permohonan lesen pemasangan iklan atau *bunting* yang amat perlu ditambah baik. Sepertimana yang telah dijelaskan, pihak DBKL perlu menggunakan media baru sebagai medium utama bagi mempromosikan tatacara permohonan lesen pemasangan *bunting* untuk makluman orang ramai. Media baru boleh didefinisikan sebagai media yang terbentuk dari interaksi antara manusia dengan komputer dan internet secara khususnya. Dewasa ini, terdapat pelbagai media baru seperti web, blog, laman

sosial atas talian (*online social network*), forum atas talian (*online forum*) dan sebagainya. Terdapat pelbagai kelebihan apabila pihak DBKL menggunakan media baru sebagai medium utama bagi mempromosikan tatacara permohonan lesen pemasangan bunting. Antaranya kaedah ini adalah lebih tepat, ringkas dan interaktif serta dapat dilaksanakan secara kreatif dan inovatif.

Memandangkan generasi pada masa kini yang lebih dikenali sebagai generasi Alpha lebih gemar melayari laman sosial atas talian (*online social network*), pihak DBKL boleh menggunakan kaedah ini sebagai salah satu alternatif bagi membuat hebahan selari dengan arus permodenan masa kini. *Facebook*, *Twitter* dan *Youtube* adalah antara laman sosial yang mempunyai kadar pengunjug yang tertinggi. Justeru itu, Jabatan Perlesenan dan Penjaja DBKL seharusnya dapat mempromosikan tatacara atau prosedur permohonan lesen pemasangan bunting dengan pelbagai medium atau kaedah yang lebih interaktif.

Hasil kajian ini juga didapati bahawa kebanyakan responden bersetuju bahawa maklumat berkaitan prosedur untuk memohon lesen memasang *bunting* lebih mudah disampaikan melalui kaedah hebahan di televisyen dan radio. Televisyen menggunakan video dan audio sebagai cara untuk mengiklankan sesuatu produk dan perkhidmatan manakala radio menggunakan teknik audio. Kaedah ini dilihat memberi keberkesanan yang tinggi kepada orang ramai jika ianya dapat dipraktikan secara berkala oleh DBKL dan sekaligus dapat mengurangkan pemasangan iklan haram di daerah Kepong mahupun daerah-daerah lain di Malaysia terutama Kuala Lumpur.

Kajian juga menunjukkan kebanyakan responden memperoleh maklumat berkaitan prosedur untuk memohon lesen pemasangan *bunting* melalui laman sesawang atau *website* dan lain-lain sumber seperti rakan taulan dan saudara mara. Ini jelas menunjukkan pihak DBKL hanya memaparkan prosedur tatacara permohonan lesen pemasangan iklan di laman sesawang sahaja dan tidak menggunakan lain-lain kaedah. Justeru itu, disarankan agar pihak DBKL mengambil inisiatif baru bagi mempromosikan tatacara permohonan ini dengan lebih efisien lagi pada masa akan datang.



Selain daripada publisiti, faktor kedua yang menyumbang kepada pemasangan iklan atau *bunting* haram di daerah Kepong adalah penguatkuasaan. Walaupun pihak DBKL kerap menjalankan operasi bagi membanteras gejala pemasangan iklan haram namun bagi pihak responden ianya dilihat masih berkurangan dan perlu dipertingkatkan lagi pada masa akan datang.

Faktor penyumbang ketiga ialah prosedur. Maklumbalas daripada responden mendapati pemohon tidak dimaklumkan dengan jelas tatacara permohonan lesen pemasangan *bunting* oleh pihak DBKL. Perkara inilah yang menyebabkan kebanyakan orang ramai memasang *bunting* secara haram dan tidak mengikut peraturan yang telah ditetapkan. Selain itu juga, prosedur yang telah ditetapkan oleh pihak DBKL adalah kurang jelas dan agak sukar difahami oleh kebanyakan orang awam. Bayaran yang dikenakan juga adalah kurang bersesuaian dan agak membebankan orang awam untuk memasang sebarang iklan termasuk *bunting*. Inilah antara punca gejala ini masih berterusan meskipun pihak DBKL telah membuat operasi pemantauan setiap hari.

4.5 RUMUSAN

Hasil daripada kajian inilah boleh dirumuskan bahawa pihak DBKL perlulah meluaskan publisiti bagi menghebahkan dengan lebih efektif tatacara permohonan pemasangan iklan termasuk *bunting* di kawasan Kepong mahupun kawasan-kawasan lain di Kuala Lumpur. Selain daripada itu, pihak DBKL juga haruslah meningkatkan penguatkuasaan dan memudahkan prosedur permohonan. Ini disebabkan Kuala Lumpur merupakan ibu Negara Malaysia dan menjadi tarikan utama para pelancong dan tetamu dari serata dunia. Justeru itu, pemandangan yang indah nan berseri haruslah dikekalkan kerana ianya merupakan salah satu identiti dan lambang keperibadian sesebuah Negara.

BAB LIMA

KESIMPULAN DAN CADANGAN

5.1 PENGENALAN

Bab ini meliputi kesimpulan yang diperolehi daripada kajian yang telah dijalankan meliputi pencapaian matlamat dan objektif kajian, cadangan penambahbaikan, limitasi kajian, cadangan untuk kajian lanjutan serta kesimpulan bagi keseluruhan kajian. Pencapaian matlamat dan objektif akan mengukur sejauh mana matlamat dan objektif kajian tercapai melalui soal selidik serta temu bual yang telah dilakukan. Cadangan yang dikemukakan adalah hasil kajian daripada borang soal selidik yang telah diedarkan kepada responden serta temuramah yang telah diadakan sebelum ini. Cadangan ini akan dikemukakan kepada pihak Dewan Bandaraya Kuala Lumpur untuk pertimbangan serta bagi menjalankan proses penambahbaikan di kawasan Kuala Lumpur.

Limitasi kajian akan menerangkan tentang kekangan yang dihadapi sepanjang menjalankan kajian serta kelemahan-kelemahan yang dikenalpasti agar dapat diperbaiki pada kajian akan datang. Akhir sekali, bab ini akan mengemukakan cadangan untuk kajian lanjutan untuk kegunaan pengkaji-pengkaji yang berminat untuk membuat kajian yang sama.

5.2 PENCAPAIAN MATLAMAT DAN OBJEKTIF KAJIAN

Hasil dari kajian yang dibuat ini, beberapa penemuan telah diperolehi dan ia adalah selaras dengan objektif-objektif yang telah ditetapkan dalam Bab Satu. Diantara faktor-faktor yang mempengaruhi pemasangan *bunting* secara haram di Kepong adalah seperti berikut:

- a) Kemunculan banyak kompleks membelah-belah di sekitar Kepong menyebabkan kemunculan banyak iklan-iklan yang dipasang secara haram oleh peniaga atau pengiklan bagi mempromosikan produk dan perkhidmatan mereka;
- b) Walaupun pihak DBKL telah mengambil langkah-langkah penguatkuasaan seperti menjalankan operasi menurunkan dan menanggalkan *bunting* yang dipasang secara haram namun selang beberapa jam kemudian peniaga atau pengiklan telah memasang semula *bunting* tersebut. Di sini menunjukkan kedegilan peniaga atau pengiklan tersebut yang enggan mematuhi peraturan yang telah ditetapkan;
- c) Penyediaan lokasi dan struktur bagi menampal iklan-iklan secara percuma di sekitar ibu kota adalah sangat kurang di sekitar kawasan Kepong;
- d) Kelewatan peniaga atau pengiklan untuk menghantar borang permohonan kepada pihak DBKL dan adakalanya *bunting* dipasang terlebih dahulu dan kemudian barulah permohonan lesen dihantar kepada pihak DBKL;
- e) Selain itu, terdapat permintaan yang tinggi daripada pengguna atau masyarakat terhadap sesuatu produk dan perkhidmatan menyebabkan peniaga kecil-kecilan dan individu yang mempunyai modal yang kecil bertindak memasang *bunting* secara haram bagi menjimatkan kos mereka; dan
- f) Di samping itu, terdapat juga kekangan daripada pihak DBKL sendiri dari segi tenaga kerja yang tidak mencukupi dalam melaksanakan kerja-kerja pemantauan dan operasi secara berkala dalam membasmi iklan haram ini.

5.3 CADANGAN PENAMBAHBAIKAN

Berdasarkan maklum balas daripada borang kaji selidik, beberapa cadangan penambahbaikan telah dikemukakan oleh responden. Faktor utama yang dikenalpasti dalam menyumbang kepada masalah tersebut ialah promosi atau hebahan kepada umum. Antara cadangan yang telah dikemukakan ialah dengan mewujudkan sistem pengimbas pada tiang yang digunakan supaya maklumat berkenaan tarikh dan jangka masa paparan iklan dapat dikemaskini dengan pantas. Selain itu, dicadangkan agar nombor telefon dan emel Jabatan Pelesenan dan Pengurusan Penjaja, DBKL dipaparkan pada tiang lampu di Kuala Lumpur bagi memudahkan masyarakat umum serta peniaga dapat menghubungi terus bahagian yang berkaitan untuk soalan dan juga laporan. Cara ini dapat memudahkan interaksi terus melalui talian di antara pihak DBKL dan juga masyarakat setempat.

Antara faktor lain yang menyumbang kepada masalah penggantung gegantung secara haram ialah permohonan lesen yang lewat dan menyukarkan pihak DBKL untuk memberikan kelulusan. Oleh itu, kempen pendedahan kepada orang awam terutamanya pelanggan melalui media cetak dan elektronik boleh diadakan bagi memberi kefahaman kepada mereka tentang prosedur-prosedur yang terlibat dalam memohon lesen menggantung iklan serta tindakan-tindakan yang boleh diambil sekiranya didapati bersalah melanggar prosedur-prosedur tersebut. Kempen-kempen kesedaran mengenai pemasangan iklan secara haram boleh dilaksanakan bermula dari peringkat sekolah sehingga golongan professional.

Kaunter-kaunter khas boleh dibuka di tempat-tempat strategik di sekitar Kuala Lumpur bagi memudahkan peniaga memohon lesen yang berkaitan serta dapat mengemukakan sebarang pertanyaan atau permasalahan yang timbul. Nombor talian DBKL juga perlu diletakkan di setiap tiang lampu bagi memudahkan semua pihak untuk menghubungi pihak DBKL untuk aduan ataupun pertanyaan.

Pihak DBKL sedang dalam kajian untuk mewujudkan struktur khas untuk menampal iklan-iklan secara percuma. Diharapkan agar pihak DBKL mempercepatkan pelaksanaan pembinaan struktur tersebut dan ianya dibina di lokasi-lokasi strategik bagi memudahkan peniaga menampal dan menaikkan iklan-iklan mereka. Walaubagaimanapun, kaedah ini perlu dikawal dengan baik dan dirancang dengan teliti agar matlamatnya tercapai serta tidak menyusahkan pihak pengurusan DBKL di masa akan datang. Prosedur penggunaan struktur tersebut perlu dibuat dan disampaikan dengan tepat kepada umum.

Di samping itu, kerajaan juga boleh memperluaskan penggunaan papan iklan elektronik secara meluas secara berperingkat. Apabila penggunaannya sudah diterima baik maka iklan-iklan yang ditampal seperti kaedah biasa tidak diperlukan lagi. Kajian analisis kos diperlukan bagi memastikan penggunaan papan iklan elektronik ini tidak membebankan peniaga dari segi bayaran yang dikenakan serta kos pengurusan pihak DBKL.

Dari segi penguatkuasaan, adalah dicadangkan agar pihak DBKL mengadakan rondaan dengan lebih kerap dan menambah bilangan anggota penguatkuasa. Cara ini dilihat sebagai salah satu langkah untuk mengatasi masalah penggantung gegantung secara berleluasa. Kompaun maksimum RM2,000 bagi setiap gegantung pada masa kini perlu ditingkatkan kepada RM5,000 hingga RM10,000. Ketika ini, pihak DBKL lebih menggunakan kaedah 'merawat' daripada 'mengubati' di mana penguatkuasaan lebih banyak berkisar kepada penurunan gegantung dari hari ke hari tanpa menangkap dan mendakwa

pesalah-pesalah tersebut. Selain mengupah pekerja tetap dan kontrak, pihak DBKL juga boleh menggunakan platform program-program yang diumumkan oleh Kerajaan Persekutuan seperti program IM4U di mana para sukarelawan boleh digerakkan dalam tugas atau operasi membasmi pemasangan iklan secara haram. Ini sekaligus dapat membantu pihak DBKL dalam menangani kekurangan tenaga kerja dari segi aspek pemantauan dan penguatkuasaan. Program gotong-royong penduduk setempat untuk menurunkan iklan haram juga boleh dilakukan dengan penglibatan pemimpin-pemimpin setempat.

Melaksanakan tindakan pembatalan talian telefon yang dipaparkan pada iklan haram dengan menyerahkan nombor-nombor tersebut kepada Suruhanjaya Komunikasi dan Multimedia Malaysia (SKMM) untuk tindakan pembatalan talian telefon. Ini secara langsung dapat membantutkan usaha para pengiklan memaparkan iklan secara haram sedikit demi sedikit. Di samping hanya membatalkan nombor telefon yang dipaparkan di iklan-iklan haram tersebut, adalah dicadangkan juga agar nama-nama yang digunakan bagi mendaftarkan nombor tersebut disenaraihitamkan bagi mengelakkan daripada nama tersebut diguna semula untuk kegiatan yang sama pada masa hadapan.

Selain itu, pusat membeli-belah boleh mengambil inisiatif untuk menyediakan papan notis supaya peniaga tempatan boleh menampal iklan mereka untuk masyarakat setempat. Dalam hal ini, pusat membeli-belah dapat memperolehi dua keuntungan iaitu sewa ruang iklan dan kunjungan pengguna atau orang tempatan di pusat membeli belah tersebut.

Para peniaga atau pengiklan hendaklah berfikir secara positif untuk menyebarkan iklan mereka dalam brosur perniagaan tempatan yang boleh diedarkan di pusat membeli belah, dimasukkan dalam peti surat di rumah-rumah orang tempatan atau berdekatan. Pada hari ini, pun sudah ada segelintir peniaga atau pengiklan yang sudah bijak dan berhemah menyebarkan iklan dalam brosur perniagaan dari rumah ke rumah. Brosur ini boleh diusahakan dengan mendapat

kerjasama daripada Majlis Perbandaran Tempatan atau syarikat yang dilantik untuk mengendalikan brosur perniagaan ini. Brosur ini boleh memuatkan semua perniagaan yang mahu diiklankan dan setiap iklan dikenakan cas minima.

Pihak Majlis Perbandaran Tempatan juga boleh meletakkan papan notis berdekatan dengan simpang lampu isyarat untuk memberi peluang kepada peniaga mengiklankan perkhidmatan dan produk mereka. Dengan ini, pemandu kenderaan yang berhenti di lampu isyarat akan membaca iklan-iklan tersebut sambil menunggu lampu merah bertukar hijau.

5.5 LIMITASI KAJIAN

Sepanjang menjalankan kajian ini, terdapat beberapa kekangan dan kelemahan yang terpaksa ditempuhi. Antaranya ialah:

- (a) Tiada kajian akademik yang pernah dijalankan sebelum ini terhadap kegiatan pemasangan iklan haram di Kuala Lumpur. Sehubungan itu, sumber literatur yang diperolehi kebanyakannya daripada artikel surat khabar, dokumen-dokumen Kerajaan serta rujukan-rujukan daripada internet. Pengkaji juga turut mengadakan sesi temu bual dengan anggota-anggota DBKL bagi memperoleh input tambahan;
- (b) Kajian ini dilakukan sewaktu kebanyakan responden sedang sibuk melakukan urusan harian masing-masing. Oleh yang demikian, kebanyakan responden yang ditemui agak keberatan untuk menjawab soal selidik yang telah disediakan;
- (c) Soalan kaji selidik yang sukar difahami oleh responden; dan
- (d) Tempoh masa yang singkat di mana kajian ini dibuat dalam masa lima hari sahaja berbanding kajian akademik lain yang memperuntukkan masa yang lebih lama. Oleh itu, usaha untuk mendapatkan sampel yang lebih besar adalah terbatas.

5.6 CADANGAN UNTUK KAJIAN LANJUTAN

Bagi mengatasi isu iklan haram yang semakin berleluasa pada masa ini, adalah dicadangkan agar pihak DBKL menjalankan satu kajian impak terhadap keberkesanan penggunaan *e-bunting* dalam mengatasi masalah banjir *bunting* haram di Kuala Lumpur. Ini adalah kerana walaupun perkhidmatan ini telah disediakan bagi tempoh hampir dua (2) tahun, namun penggunaannya hanyalah di kawasan-kawasan tertentu sahaja dan tidak meluas. Oleh yang demikian, tidak ramai yang menyedari kewujudannya. Di samping itu juga, kos perkhidmatan yang dikenakan yang agak tinggi juga menyebabkan penggunaan *e-bunting* ini masih tidak meluas dan tidak popular di kalangan pengiklan-pengiklan.

Sekiranya kajian tersebut dapat dijalankan, pihak DBKL akan dapat mengenalpasti langkah-langkah penambahbaikan yang dapat dilaksanakan dan seterusnya dapat digunakan sebagai langkah jangka panjang bagi mengatasi isu lambakan iklan haram yang semakin meruncing kebelakangan ini. Kajian tersebut juga akan dapat membolehkan pihak DBKL menentukan sekiranya perkhidmatan tersebut dapat disediakan sendiri ooleh pihak DBKL tanpa perlu diusahakan oleh pihak ketiga. Ini akan dapat mengurangkan kos pengoperasian perkhidmatan tersebut, justeru akan dapat menarik lebih ramai pengguna dan seterusnya mengurangkan penggunaan *bunting* secara konvensional di samping memudahkan pemantauan dijalankan oleh pihak DBKL sendiri.

5.7 KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis yang telah dibuat, dapatlah disimpulkan bahawa peniaga atau pengiklan mahu pihak DBKL menggunakan pendekatan baru dalam mempromosi dan menghebahkan tatacara permohonan lesen pemasangan *bunting* iaitu melalui penggunaan media baru seperti internet kerana ia dilihat lebih bersifat memudahkan, ringkas dan interaktif. Ini dapat dilihat pada nilai min yang tertinggi iaitu menggunakan media baru sebagai medium utama bagi tujuan promosi (4.03).

Manakala nilai min yang terendah adalah bayaran yang dikenakan bersesuaian dan tidak membebankan peniaga (2.71). Peniaga atau pengiklan pula berpendapat bayaran yang dikenakan oleh pihak DBKL perlu dikaji semula agar tidak membebankan terutamanya jika mereka memohon pemasangan iklan dalam skala yang besar. Jika kadar bayaran tidak diselaraskan dengan baik, masalah pemasangan *bunting* secara haram di Kepong akan terus meningkat dari semasa ke semasa. Selain itu, faktor penting lain yang perlu dititikberatkan oleh pihak DBKL dalam menangani isu adalah tatacara permohonan lesen pemasangan *bunting* ini perlu dinyatakan secara ringkas, mudah dan jelas.

Kesimpulannya, kajian yang telah dijalankan ini memberi maklumat yang berguna terutama kepada Kerajaan dalam mengubal dasar dan memudahkan urusan permohonan lesen pemasangan iklan khususnya dalam membantu peniaga atau pengiklan mengiklankan produk atau perkhidmatan melalui saluran yang disediakan. Selain itu, kajian yang dijalankan juga telah mencapai objektif di mana telah dikenalpasti akan perkara-perkara seperti berikut:

- hubungkait antara prosedur dengan pemasangan banting secara haram;
- hubungkait antara penguatkuasaan dengan pemasangan banting secara haram;
- hubungkait antara publisiti dengan pemasangan banting secara haram;
- hubungkait antara permintaan dengan pemasangan banting secara haram; dan
- hubungkait antara kesesuaian iklan dengan pemasangan banting secara haram.

BIBLIOGRAFI

1. Dewan Rakyat Parlimen Kedua Belas Penggal Keempat Mesyuarat Ketiga
2. Dewan Negara Parlimen Kedua Belas Penggal Kelima Mesyuarat Ketiga
3. Taklimat DBKL oleh En Zulhadi pada 18 Mac 2013
4. <http://www.dbkl.gov.my> dilayari pada 18 Mac 2013
5. <http://elesen2.dbkl.gov.my> dilayari pada 18 Mac 2013
6. Jefkins, Fank. 1997. Periklanan. Penerbit Erlangga, Jakarta
7. <http://public.wsu.edu/~taflinge/addefine.html> dilayari pada 18 Mac 2013
8. <http://mforum2.cari.com.my/forum.php?mod=viewthread&tid=685481> dilayari pada 18 Mac 2013
9. <http://www.sinarharian.com.my/edisi/selangor-kl/dbkl-lancar-kempen-bersihkan-iklan-haram-1.96690> dilayari pada 18 Mac 2013
10. <http://www.kronologi.my/2012/10/kempen-tanggalkan-pelekat-haram-sekitar.html> dilayari pada 18 Mac 2013
11. <http://www.sinarharian.com.my/edisi/selangor-kl/sedia-tempat-tampal-iklan-1.84991> dilayari pada 18 Mac 2013
12. http://www.utusan.com.my/utusan/info.asp?y=2011&dt=0402&pub=utusan_malaysia&sec=Kota&pg=wk_01.htm dilayari pada 18 Mac 2013
13. <http://lhakim-suarahati.blogspot.com/2010/08/iklan-haram-berbaur-lucah-cacatkan.html> dilayari pada 18 Mac 2013
14. <http://www.rajanongchik.com/in-the-news/dbkl-turunkan-955548-iklan-haram> dilayari pada 18 Mac 2013
15. <http://infoklasik.com/isu-iklan-haram/> dilayari pada 18 Mac 2013
16. http://www.utusan.com.my/utusan/info.asp?y=2011&dt=1227&pub=utusan_malaysia&sec=Kota&pg=wk_08.htm dilayari pada 18 Mac 2013
17. <http://scaniaz.blogspot.com/2013/01/iklan-haram-cara-kreatif.html> dilayari pada 18 Mac 2013
18. <http://shehanzstudio.blogspot.com/2011/08/no-telefon-di-pelekat-iklan-haram.html> dilayari pada 18 Mac 2013

19. <http://www.bharian.com.my/bharian/articles/Tindakanlebihtegashalangiklanharam/Article/> dilayari pada 19 Mac 2013
20. http://www.utusan.com.my/utusan/Kota/20130313/wk_01/Iklan-haram:-Salah-siapa? dilayari pada 19 Mac 2013
21. http://www.rtm.gov.my/berita/index.php?option=com_content&view=article&id=410:iklan-haram&catid=44:2012-05-09-03-26-03 dilayari pada 19 Mac 2013
22. http://mstar.com.my/cerita.asp?sec=mstar_berita&file=/2012/12/11/mstar_berita/20121211145853 dilayari pada 19 Mac 2013
23. http://www.kosmo.com.my/kosmo/content.asp?y=2009&dt=0625&pub=kosmo&sec=Urban&pg=ur_03.htm dilayari pada 19 Mac 2013
24. <http://www.namaberita.com/2011/08/iklan-haram-500-pemilik-telefon.html> dilayari pada 19 Mac 2013
25. <http://www.mazidulakmal.com/2013/02/perogol-papan-tanda.html> dilayari pada 19 Mac 2013
26. http://www.bernama.com/bernama/v3/bm/news_lite.php?id=435917 dilayari pada 19 Mac 2013
27. <http://www.myhazman.com/iklan-haram-skmm-batal-lebih-700000-nombor-telefon> dilayari pada 19 Mac 2013
28. http://www.utusan.com.my/utusan/Kota/20121121/wk_07/Guna-e-Bunting-usaha-bersih-iklan-haram dilayari pada 19 Mac 2013
29. <http://w1.bharian.com.my/bharian/articles/NomboriklanharamkeSKMM/Article/> dilayari pada 19 Mac 2013
30. <http://thestar.com.my/metro/story.asp?file=/2012/10/5/central/12073890> dilayari pada 19 Mac 2013
31. http://www.utusan.com.my/utusan/Kota/20121102/wk_05/e-Bunting-kurangkan-iklan-%E2%80%98tidak-bertauliah%E2%80%99 dilayari pada 19 Mac 2013
32. <http://w1.bharian.com.my/bharian/articles/2011050406005120110504060051/Article/> dilayari pada 19 Mac 2013
33. <http://www.sinarharian.com.my/edisi/selangor-kl/iklan-e-bunting-diperluas-ke-putrajaya-labuan-1.99601> dilayari pada 19 Mac 2013

34. <http://www.nst.com.my/streets/central/easier-monitoring-with-e-buntings-1.141589> dilayari pada 19 Mac 2013
35. <http://www.sinarharian.com.my/edisi/selangor-kl/iklan-e-bunting-diperluas-ke-putrajaya-labuan-1.99601> dilayari pada 19 Mac 2013
36. <http://thestar.com.my/news/story.asp?file=/2013/1/17/nation/12586024&sec=nation> dilayari pada 21 Mac 2013
37. <http://thestar.com.my/metro/story.asp?file=/2012/9/28/central/12086211&sec=central> dilayari pada 21 Mac 2013
38. <http://www.nst.com.my/sports/soccer/coming-down-hard-on-illegal-advertisements-1.152331> dilayari pada 21 Mac 2013
39. <http://www.skmm.gov.my/Media/Press-Clippings/Three-detained-for-illegal-business-operation.aspx> dilayari pada 21 Mac 2013
40. <http://www.nst.com.my/streets/central/mps-forms-squad-to-remove-stubborn-stain-1.179393> dilayari pada 21 Mac 2013
41. <http://theinfoaktifcorner.blogspot.com/2010/06/iklan-haram.html> dilayari pada 21 Mac 2013

LAMPIRAN

LAMPIRAN 1

Borang Soal Selidik Kajian Faktor- Faktor Yang Mempengaruhi Pemasangan Bunting Secara Haram Di Kawasan Kepong

LAMPIRAN 2

Garis Panduan dan Syarat-Syarat Permohonan Lesen Iklan Papan Tanda Premis

LAMPIRAN 3

**Jadual dan Statistik Tindakan
Penurunan Iklan di Wilayah
Pesekutuan Kuala Lumpur oleh
Jabatan Pemudahcara Perniagaan
Perniagaan dan Pengurusan
Penjaja**

LAMPIRAN 4

Foto Operasi Penurunan Bunting Haram Di Kawasan Kepong, Kuala Lumpur

LAMPIRAN 5

**Foto Operasi Penurunan
Infrastruktur Iklan Haram di
Hartamas, Kuala Lumpur**