

**PEMBERITAHUAN PERTANYAAN DEWAN RAKYAT
JAWAPAN OLEH YB DATO' SERI DR. S. SUBRAMANIAM
MENTERI KESIHATAN MALAYSIA**

PERTANYAAN : JAWAB BUKAN LISAN

**DARIPADA : YB DATUK NOOR EHSANUDDIN BIN MOHD
HARUN NARRASHID [KOTA TINGGI]**

TARIKH :

SOALAN :

YB Datuk Noor Ehsanuddin bin Mohd Harun Narrashid [Kota Tinggi] minta **MENTERI KESIHATAN** menyatakan apakah Kementerian bercadang untuk melaksanakan kempen kesedaran bagi meningkatkan tahap kefahaman tentang kepentingan suntikan vaksin dan imunisasi di kalangan masyarakat.

Tuan Yang di-Pertua,

Kementerian Kesihatan Malaysia (KKM) sentiasa berusaha meningkatkan kesedaran masyarakat mengenai vaksin dan imunisasi melalui program promosi imunisasi dalam masyarakat dan di premis kesihatan kerajaan dan swasta. Kesedaran dan keyakinan masyarakat terhadap Program Imunisasi Kebangsaan sangat jelas terbukti dengan

pencapaian liputan imunisasi melebihi 95% setiap tahun. Walaubagaimanapun, KKM juga sedar bahawa terdapatnya golongan anti vaksin yang cuba merencatkan pencapaian program ini dengan tuduhan tidak berasas terutamanya melalui media sosial. Bagi menangani masalah ini, KKM telah merangka Kempen Pengalakkan Imunisasi Kebangsaan secara komprehensif bermula 2016 sehingga 2020. Bermula tahun ini, kempen ini mensasarkan dua (2) kumpulan utama iaitu:

- Golongan yang masih tidak terpengaruh dengan dakwah anti vaksin seperti ibubapa/penjaga muda, golongan profesional, pelanggan klinik dan pelajar IPT.
- Golongan anti vaksin dalam komuniti dan media sosial.

Sehingga bulan September 2016, KKM telah melaksanakan berbagai pendekatan untuk menjayakan kempen ini. Antaranya adalah seperti berikut:

1) Majlis Pelancaran Kempen Pengalakkan Imunisasi

a) Peringkat Kebangsaan

Majlis Pelancaran Kempen Pengalakkan Imunisasi Kebangsaan dan Sambutan Minggu Imunisasi Kebangsaan telah diadakan pada 23 April, 2016 bertempat di Dewan Serbaguna Aras 7, Kementerian Kesihatan Malaysia. Seri Paduka Baginda Raja Permaisuri Agong Tuanku Hajah Haminah telah berkenan bercemar duli untuk merasmikan majlis ini.

b) Peringkat Negeri

Semua Jabatan Kesihatan Negeri telah memilih satu tarikh pelaksanaan peringkat negeri masing-masing dan telah melaksanakannya mengikut tarikh yang telah ditetapkan.

2) Penggunaan Media Massa

a) Media Konvensional

Siaran bahan berkaitan imunisasi melalui saluran Televisyen, Radio dan Akhbar. Sasaran utama media ini adalah golongan marginal, kolar biru dan berumur di antara 20 hingga 40 tahun. Bagi saluran Televisyen dan radio; saluran dengan *rating* yang tinggi dan masa siaran yang popular menjadi asas pilihan utama. Kriteria yang sama juga digunapakai bagi siaran artikel dalam akhbar arus perdana pelbagai bahasa.

b) Media sosial

- c) Siaran bahan melalui laman Facebook, Twitter dan Instagram. Strategi penggunaan media ini melibatkan penggunaan akaun media sosial personaliti popular atau “social influencers” dan “religious advocates” seperti golongan artis, pakar perubatan, aktivitis masyarakat dan pakar agama khususnya masyarakat Islam. Secara keseluruhannya, pencapaian “potential reach” melalui melalui Facebook mencecah hampir 69 juta, Twitter mencecah hampir 109 juta dan Instagram mencecah hampir 23 juta.
- 3) Penerbitan Bahan Pendidikan Kesihatan Imunisasi
- a) Menerbitkan Kit Imunisasi yang mengandungi 6 bahan pendidikan Kesihatan sebagai bahan pengajaran dan pembelajaramn oleh kakitangan kesihatan dan set poster pameran sebanyak 9 keping untuk aktiviti bersama masyarakat.
- b) Menerbitkan risalah penyakit cegahan vaksin. Terdapat 7 jenis risalah seperti Risalah Difteria, Demam Campak, Tetanus, Hepatitis, Rubella, Pertussis dan *Haemophilus Influenza* telah disediakan.
- 4) Meluaskan jaringan kerjasama dengan agensi-agensi yang berkaitan.

Melibatkan agensi kerajaan yang berperanan samada kerajaan, swasta, badan profesional dan badan bukan kerajaan bagi membantu KKM. Antara agensi yang dilibatkan ialah JAKIM, Kementerian Pembangunan Wanita dan Masyarakat, Persatuan Pediatrik, Persatuan Penyakit Berjangkit, Immunise4Life, Persatuan Jururawat dan Penolong Pegawai Kesihatan, Persatuan Perubatan Islam, Persatuan Farmasi, Persatuan Perubatan Komplimentari/Alternatif dan syarikat-syarikat swasta seperti GSK, Sanofi-Pasteur dan MSD. Selain itu, kumpulan-kumpulan pegawai perubatan yang aktif dalam media sosial seperti Medical Myth Buster (3M) dan Med Tweet.MY juga terlibat bagi membantu menangani golongan anti vaksin terutamanya dalam media sosial.

5) Mengaktif peranan hospital dan klinik kerajaan dan swasta.

Aktiviti ini diaktifkan melalui kerjasama Bahagian Pembangunan Kesihatan Keluarga, Bahagian Kawalan Penyakit dan Bahagian Perkembangan Perubatan. Antara aktiviti yang dijalankan adalah seperti taklimat atau dialog bersama ibu/bapa semasa pemeriksaan antenatal, bed-side teaching dan pemberian kad ucapan tahniah kepada ibu baru di wad bersalin dan membentuk pasukan "speaker program" bagi menjalankan temuseru berkaitan imunisasi dalam masyarakat.