

**PEMBERITAHUAN PERTANYAAN JAWAB LISAN DEWAN RAKYAT
MESYUARAT KE DUA, PENGGAL KE TIGA,
PARLIMEN EMPAT BELAS**

PERTANYAAN : JAWAB LISAN

**DARIPADA : YB TUAN HASANUDDIN B. MOHD YUNUS (HULU
LANGAT)**

TARIKH : 11 OGOS 2020 (SELASA)

SOALAN

DATUK HAJI HASANUDDIN BIN MOHD YUNUS [HULU LANGAT] minta **MENTERI DALAM NEGERI** menyatakan mengapa kempen-kempen antidadah dilihat begitu lesu berbanding usaha Kerajaan pada tahun 1980an yang agresif di media-media mahupun di sekolah-sekolah.

JAWAPAN

Tuan Yang Di Pertua,

Kementerian Dalam Negeri sentiasa memandang serius isu penyalahgunaan dadah dan giat melaksanakan pelbagai program pendidikan pencegahan dadah yang merangkumi kempen-kempen antidadah melalui lima jenis media iaitu media penyiaran, media cetak, media bersemuka, media luar dan media baharu.

Strategi penyampaian mesej antidadah telah berubah mengikut arus peredaran masa dan Agensi Antidadah Kebangsaan (AADK) juga tidak ketinggalan dalam menggunakan teknologi maya. Ini juga amat bertepatan dengan trend penagihan dadah yang menunjukkan bahawa 74.1% daripada penagih dadah baru yang dikesan terdiri daripada golongan remaja dan belia yang cenderung menggunakan media sosial untuk mendapatkan maklumat.

NO. SOALAN : 14

Mesej-mesej antidadah disampaikan dengan memuatnaik infografik menarik berkaitan maklumat dadah, video-video pendek bermesejkan moral dan nasihat bagi meningkatkan kesedaran awam dan perkhidmatan terkini yang disediakan oleh AADK. Sehingga Jun 2020, akaun media sosial rasmi AADK telah mencatatkan capaian seperti berikut:

- i. akaun *Facebook* mencatatkan 28,747 muat naik dengan anggaran 8,114,438 pengunjung;
- ii. akaun *Twitter* mencatatkan 9,367 muat naik dengan anggaran 200,642 pengunjung;
- iii. laman sesawang mencatatkan 1,972 muat naik dengan anggaran 97,543 pengunjung; dan
- iv. akaun *Youtube*, mencatatkan 41 muat naik dengan anggaran 79,298 pengunjung.

Selain penggunaan media sosial, kempen-kempen antidadah turut dilaksanakan melalui media penyiaran iaitu iklan di televisyen dan slot bual bicara dalam rancangan Selamat Pagi Malaysia, Wanita Hari Ini, Borak Kopitiam dan Mingguan Wanita. Sejak tahun 2017, kira-kira 500 penyiaran iklan dan 29 program bual bicara di televisyen telah dilaksanakan. Kempen melalui radio turut dijalankan melalui saluran RTM seperti Nasional FM, Kool FM dan Traxx FM di mana kira-kira 200 iklan publisiti dan 18 program penerangan di radio nasional telah disiarkan sejak tahun 2017. Iklan antidadah turut disiarkan di 140 panggung wayang seluruh negara pada tahun 2017 serta 2018 dan terdapat 2,163 papan tanda (*billboard*) iklan antidadah di jalan raya pada tahun 2019.

Dijangkakan melalui strategi ini, seramai 8.4 juta orang akan mendapat maklumat antidadah.