

**PEMBERITAHUAN PERTANYAAN DEWAN RAKYAT  
MESYUARAT KETIGA, PENGGAL KETIGA  
PARLIMEN KEEMPAT BELAS**

---

**PERTANYAAN : JAWAB LISAN**

**DARIPADA : YB TUAN NIK MOHAMAD ABDUH BIN  
NIK ABDUL AZIZ [ BACHOK ]**

**TARIKH : 10 DISEMBER 2020 (RABU)**

**SOALAN**

**TUAN NIK MOHAMAD ABDUH BIN NIK ABDUL AZIZ [ BACHOK ]** minta **MENTERI KOMUNIKASI DAN MULTIMEDIA** menyatakan sejauh mana impak kempen “Kebebasan Bersuara bukan Kebebasan Berbohong” yang dilaksanakan selama tiga bulan ini bermula Julai memandangkan masih berleluasanya kes-kes penyebaran berita palsu.

**JAWAPAN**

**Tuan Yang di-Pertua,**

Untuk makluman Ahli Yang Berhormat, bagi memupuk kesedaran serta mendidik masyarakat Malaysia agar tidak mudah terjebak menjadi mangsa virus berita palsu, Kementerian ini secara proaktif telah menjalankan kempen “Kebebasan Bersuara bukan Kebebasan Berbohong” melalui penglibatan pihak media merangkumi awam dan swasta seperti stesen-stesen televisyen dan radio; termasuk media cetak serta media dalam talian.

Kempen ini bertujuan menyeru masyarakat awam termasuklah pengamal media supaya lebih bertanggungjawab dalam menyebarkan atau melaporkan sebarang berita tanpa menyekat kebebasan bersuara. Dimensi baharu dengan aspirasi baharu ini menekankan aspek menghormati kebebasan bersuara dan kebebasan media namun dibatasi dengan nilai-nilai murni yang bersifat sejagat merentasi kaum dan agama.

Melalui kempen ini orang ramai diberi pencerahan mengenai penguatkuasaan dan tindakan undang-undang yang bakal diterima penyebar dan pencipta berita palsu. Mereka turut digalakkan supaya lebih bijak menilai berita-berita yang diterima bagi memastikan sama ada ianya palsu atau sah. Ini boleh dilakukan dengan menyemak laman-laman web yang berwibawa dan boleh dipercayai seperti [Sebenarnya.my](http://Sebenarnya.my).

Kementerian telah bekerjasama dengan beberapa saluran media tempatan utama syarikat akhbar dan penyiaran seperti Media Prima, Maestro, Bernama, Sinar Harian, *The Star*, Utusan Borneo, dan *Sin Chew Daily* bagi menjayakan kempen ini. Beberapa rancangan yang memupuk nilai-nilai moral dalam kalangan masyarakat telah disiarkan sehingga akhir September lalu. Antaranya kandungan yang dikeluarkan termasuklah rancangan temubual bersama tokoh-tokoh masyarakat, program *webinar* bersama pakar komunikasi, laporan berita dan pemakluman *Public Service Announcement* (PSA) di saluran-saluran TV dan juga portal-portal dalam talian. Artikel-artikel bertemakan 'Kebebasan Bersuara Bukan Kebebasan Berbohong' juga telah diterbitkan dalam tempoh tiga (3) bulan tersebut bersama rakan kolaborasi kempen ini seperti Sinar Harian, *The Star*, Utusan Borneo, *Sin Chew Daily*.

Sambutan terhadap kempen ini agak baik dan telah memberikan kesan kepada masyarakat berdasarkan jumlah penonton dan pembaca rakan-rakan media yang bekerjasama dalam menjayakan kempen ini. Jumlah aduan berita atau kandungan palsu yang diterima oleh Suruhanjaya Komunikasi dan Multiemedia Malaysia (SKMM) daripada orang awam bagi bulan Julai (permulaan kempen) adalah sebanyak **179** laporan, namun, pada bulan Ogos ia telah menurun kepada **91** laporan dan sebanyak **78** laporan bagi bulan terakhir kempen tersebut. Sehubungan itu, berdasarkan jumlah aduan berita atau kandungan palsu yang diterima oleh pihak SKMM, maka bolehlah dirumuskan bahawa kempen yang dijalankan sedikit sebanyak telah berjaya meningkatkan tahap kesedaran orang ramai untuk tidak memulakan sebarang berita atau kandungan palsu di media sosial.

## NO SOALAN : 19

Walaupun kempen ini telah berakhir, pihak Kementerian dan SKMM akan meneruskan inisiatif kesedaran serta keupayaan dan pendidikan pengguna atau "*user empowerment and education*" melalui pelbagai program advokasi dan kesedaran di media dan di lapangan sebagai kesinambungan kepada inisiatif sedia ada dalam usaha memupuk kesedaran awam mengenai gejala berita palsu, membudayakan amalan menyemak dan menentukan kesahihan sesuatu berita sebelum dikongsi atau disebarkan, serta membudayakan amalan menyebarkan kebenaran.

Naratif yang akan digunakan ialah dengan bercerita secara konsisten, dengan matlamat akhir supaya orang akan dapat membezakan antara yang benar dengan yang tidak benar, dan yang sahih dan tidak sahih. Usaha untuk menerapkan budaya positif kepada pengguna internet bukanlah sesuatu yang boleh dilakukan dalam jangkamasa yang pendek. Oleh itu, program-program advokasi dan kesedaran seperti Klik Dengan Bijak (KDB), *Malaysian ICT Volunteer* dan Sebarkan Kebenaran akan terus dilaksanakan dalam usaha untuk memupuk nilai-nilai murni dalam masyarakat, khususnya pengguna Internet.