

Penerapan Literasi Digital dalam Kalangan Kru Produksi Pelajar Melalui Persembahan Mesej Pembujukan Naratif Penerbitan Pesanan Khidmat Awam “Lengai”

HASRUL HASHIM
NORMAH MUSTAFFA
MUHAMMAD SYAKIR AHMAD SAZALI
Universiti Kebangsaan Malaysia

ABSTRAK

Pesanan Khidmat Awam (PKA) merupakan salah satu teknik dalam komunikasi pembujukan yang dihasilkan dengan tujuan untuk memberi kesedaran, menggalakkan perubahan tingkah laku dan gaya hidup dalam kalangan khalayak atau masyarakat berkenaan dengan sesuatu isu. Penghasilan sesebuah PKA yang efektif memerlukan kepada satu proses yang sistematik dengan mengambil kira pelbagai faktor seperti khalayak sasaran, kesesuaian isu, reka bentuk persembahan mesej, teknik penyampaian, kredibiliti sumber dan juga kreativiti. Ini kerana PKA perlu disampaikan dalam durasi yang singkat tetapi pada masa yang sama mampu menangkap perhatian khalayak seterusnya memberikan impak yang mendalam. Proses kreatif penghasilan sesebuah PKA juga berkait rapat dengan proses kognitif pemikiran kreatif yang membentuk idea dan penyelesaian masalah secara kreatif. Selain itu, tahap literasi digital dalam kalangan kru produksi juga memainkan peranan penting dalam proses kreatif kandungan digital seperti PKA. Kajian ini bertujuan untuk menilai proses kreatif yang terlibat dalam penerbitan sebuah PKA pasca pandemik berjudul ‘Lengai’ yang dihasilkan oleh pelajar jurusan komunikasi media yang telah memenangi anugerah filem iklan atau PKA terbaik di Festival Filem Pelajar Malaysia ke-13, 2022. Teknik penerbitan PKA ini dinilai berdasarkan kepada tiga fasa utama dalam produksi penerbitan audio visual iaitu peringkat pra-produksi, produksi dan juga pasca produksi. Hasil kajian menunjukkan persembahan mesej yang digunakan dalam PKA ‘Lengai’ menggunakan teknik pembujukan naratif melalui integrasi secara halus dalam kandungan mesej tersirat berkenaan tema utama PKA berkenaan.

Kata kunci: *Pesanan khidmat awam, produksi audio visual, literasi digital, naratif, pasca pandemik.*

Integration of Digital Literacy Among Student’s Production Crew Via the Narrative Persuasion Presentation in Public Service Announcement “Lengai”

ABSTRACT

The Public Service Announcement (PSA) is one of the techniques in persuasive communication that is created with the purpose of raising awareness, encouraging behavioural changes and influencing lifestyles among audience or community regarding a specific issue. The production of an effective PSA requires a systematic process, taking into account various factors such as target audience, relevance of issue, message presentation design, delivery techniques, source credibility and creativity. This is because PSA needs to be delivered in a concise duration while simultaneously capturing the audience’s attention and providing a profound impact. The creative process of producing a PSA is closely related to the cognitive process of creative thinking that generates innovative ideas and problem-solving solutions. Additionally, the level of digital literacy among the production crew also

plays a significant role in the creative process of producing digital content like PSA. This study aims to evaluate the creative processes involved in the production of a post-pandemic PSA titled 'Lengai' produced by students majoring in media communication who won the award for best advertisement film or PSA at the 13th Malaysian Student Film Festival 2022. The techniques employed in producing this PSA are evaluated based on the three main phases in the audio visual production process: pre-production, production and post-production stages. The results of the study indicate that the message presentation in the PSA 'Lengai' employs narrative persuasion through subtle integration of implicit message content related to the PSA's main theme.

Keywords: *Public service announcement, audio visual production, digital literacy, narrative, post pandemic.*

PENGENALAN

Pandemik COVID-19 yang melanda negara dan dunia pada tahun 2019 yang lalu telah memberikan impak mendalam terutamanya dari aspek perubahan gaya hidup dan tingkah laku apabila masyarakat di seluruh dunia perlu menjalani norma baharu dalam kehidupan seharian seperti mengamalkan penjarakan sosial, sentiasa mencuci tangan serta kekal berada di rumah untuk mengelakkan penularan wabak yang lebih serius. Menurut Siti Zaleha et al. (2021), perubahan demi perubahan yang dilalui perlu seiring dengan prosedur operasi standard atau *standard operation procedure* (SOP) terutamanya ketika negara diletakkan di dalam Perintah Kawalan Pergerakan (PKP). Pelbagai kaedah komunikasi dan kempen telah dilakukan untuk memastikan masyarakat sentiasa peka dan berwaspada dengan penularan wabak berkenaan. Setelah hampir dua tahun negara berhadapan dengan krisis kesihatan global tersebut, akhirnya Majlis Keselamatan Negara (MKN) telah memperkenalkan Pelan Fasa Pemulihan Negara secara berperingkat pada bulan Jun 2021. Kelonggaran yang diperkenalkan oleh kerajaan Malaysia pada ketika itu, secara tidak langsung turut memberikan sedikit kebebasan kepada masyarakat untuk kembali menjalani rutin harian secara normal tetapi masih mengamalkan norma-norma baharu sedia ada seperti terus sentiasa memakai pelitup muka. Namun, terdapat segelintir masyarakat yang merasakan bahawa negara telah benar-benar selamat dan sepenuhnya berjaya keluar daripada pandemik COVID-19 (Harian Metro, 2021). Pada ketika ini juga khalayak sudah mula untuk tidak memberikan perhatian kepada kempen seperti pesanan khidmat awam kerana beranggapan bahawa mereka sudah memasuki fasa pulih sepenuhnya dan telah kembali kepada kehidupan normal sedia kala. Justeru, hal ini turut memberikan impak terhadap statistik turun naik jangkitan kes pada waktu itu.

Ketika negara sedang berhadapan dengan krisis kesihatan seperti penularan pandemik COVID-19, proses komunikasi melalui media seperti kempen kesedaran dan pembujukan merupakan aspek terpenting untuk menyalurkan maklumat kepada khalayak dan juga mempengaruhi khalayak untuk mengubah cara hidup melalui pengamalan norma baharu (Wiyane & Mansur, 2021). Justeru, salah satu pendekatan yang digunakan oleh kebanyakan negara dalam menyebarkan kesedaran untuk melakukan perubahan ini adalah dengan menerbitkan pesanan khidmat awam (PKA) sebagai salah satu bentuk kempen komunikasi kesedaran di seluruh negara melalui media massa terutamanya media arus perdana. Hal ini kerana penggunaan media konvensional seperti radio dan televisyen lebih berkesan berbanding dengan media lain. Hal ini dipersetujui oleh Rohayati et al. (2023) yang berpendapat, penyampaian mesej bermaklumat kepada masyarakat boleh dilakukan dengan

pelbagai pendekatan pembujukan, namun penggunaan medium media konvensional terutamanya televisyen adalah merupakan pendekatan yang paling efektif.

Dalam hal ini, penggunaan PKA merupakan kaedah informatif yang sesuai untuk menyalurkan maklumat dan pembujukan melalui penggunaan elemen audio dan visual. Menurut Manganelo, Bleakley and Schumacher (2020), PKA merujuk kepada 'pengiklanan' yang direka bentuk untuk memberi dan menyampaikan maklumat atau bertujuan untuk menggalakkan perubahan sikap di dalam diri khalayak atau komuniti. Berbeza dengan konsep pengiklanan, PKA tidak merujuk kepada penjualan barangan atau perkhidmatan bersifat keuntungan, sebaliknya menggunakan konsep pengiklanan dalam menyampaikan sesebuah mesej atau maklumat yang mendatangkan kesedaran terhadap sesiapa yang menontonnya. Penghasilan PKA di Malaysia bukanlah satu bidang yang menjadi tumpuan utama untuk diterbitkan oleh para pengamal produksi profesional berbanding dengan penerbitan drama, filem dan pengiklanan komersial kerana kurang bermotifkan atau mendatangkan keuntungan. Secara amnya, penerbitan PKA di Malaysia lebih tertumpu kepada penerbitan PKA berbentuk audio di stesen radio berbanding dengan PKA berbentuk video oleh kerana faktor kos penerbitan di radio yang lebih efektif (Vetthehen & Kleemans, 2019). Di samping itu juga, kebanyakan PKA yang dihasilkan dalam bentuk video pula diterbitkan oleh agensi kerajaan seperti FINAS, RTM, KKM dan juga penerbitan produksi dalaman (*in-house production*) oleh stesen televisyen swasta. Maka, faktor inilah yang menyebabkan penerbitan PKA tidak dilakukan oleh syarikat-syarikat produksi profesional dan secara tidak langsung mengakibatkan penerbitan PKA oleh produksi dalaman kurang menfokuskan kepada estetika dan kreativiti penerbitan berbanding pengiklanan. Menurut Laderman (2019), selain faktor teknikal, faktor utama yang menyebabkan sesebuah PKA efektif dan bermutu adalah berdasarkan kepada kemampuan, kredibiliti serta personaliti sumber (aktor atau penyampai) yang menyampaikannya.

Di dalam penghasilan sesebuah PKA, peringkat reka bentuk mesej merupakan peringkat yang paling penting untuk memastikan pendekatan yang digunakan sesuai kepada khalayak sasaran (Crozier, Berry & Faulkner, 2018). Dalam sesebuah penerbitan PKA, aspek reka bentuk yang diambil kira adalah merangkumi perkara-perkara seperti keaslian idea dan juga keunikan serta pembaharuan di dalam penyampaian mesej termasuklah elemen kreativiti. Selain itu, aspek teknikal seperti sinematografi, pergerakan kamera, sudut kamera dan suntingan juga memainkan peranan signifikan dalam memberikan impak terhadap penerbitan sesebuah PKA yang berkesan. Walau bagaimanapun, perkara yang sangat penting untuk dititik beratkan di dalam sesebuah penerbitan PKA adalah dari aspek naratif atau penceritaan terhadap cerita yang ingin disampaikan. Penciptaan naratif di dalam PKA pula akan berkait rapat dengan fakta dan informasi yang tepat dan bukannya bersifat fiksiyen atau rekaan. Naratif merujuk kepada satu bentuk susunan koheren babak, plot atau peristiwa seperti permulaan, konflik, transisi dan juga peleraian. Clementson (2020) menyatakan bahawa penggunaan naratif ketika dalam komunikasi krisis sangat membantu memberikan pencerahan untuk menjelaskan sesuatu isu atau kempen kepada khalayak. Hal ini kerana, bentuk penceritaan naratif yang digunakan dalam komunikasi krisis kebiasaannya menggunakan perspektif atau sudut pandang orang pertama (*first-person*) yang mempunyai pengalaman atau bukti ketika atau telah menghadapi sesuatu isu yang sebenar.

Selain itu, salah satu teknik yang digunakan dalam menghasilkan sesebuah PKA berimpak adalah dengan menggunakan pembujukan naratif. Pembujukan naratif merujuk kepada cara unik yang digunakan di dalam penyampaian mesej seperti melalui integrasi

pembujukan dalam sesebuah teknik naratif kandungan. Melalui teknik ini, sebarang bentuk pengaruh terhadap kepercayaan, tingkah laku dan perlakuan yang diselitkan di dalam idea utama naratif mesej diharapkan akan membawa kepada perhubungan terhadap khalayak secara intelektual dan pada akhirnya membawa kepada perubahan sikap dan tingkah laku. Terdapat beberapa mekanisma yang boleh digunakan dalam teknik naratif pembujukan seperti identifikasi, keterlibatan emosi dan juga kejelasan maklumat. Menurut Liu et al. (2021), pembujukan naratif merujuk kepada representasi babak dan watak yang saling berkait dan mempunyai struktur yang boleh dikenal pasti dalam ruang dan masa serta mengandungi mesej yang tersirat atau tersurat terhadap sesuatu topik yang diutarakan.

Kepesatan perkembangan teknologi dan kehadiran media sosial yang memungkinkan kepada pelbagai penciptaan kandungan kreatif sedikit sebanyak telah memudahkan proses menyalurkan maklumat (kandungan) daripada sumber melalui saluran yang tepat kepada khalayak. Dengan memahami perubahan ini, PKA dilihat sangat penting terutamanya di dalam konteks dunia berhadapan dengan pandemik yang mana maklumat akan tersebar dengan cepat dan khalayak mudah mempercayai maklumat yang tidak benar. Ketika pandemik COVID-19 melanda dunia, PKA adalah merupakan kandungan media yang sering dikongsikan terutamanya di platform media sosial oleh selebriti dan juga pempengaruh. Hal ini adalah kerana, ketika pandemik, khalayak sangat memerlukan panduan dan pengetahuan berkenaan dengan wabak berkenaan dan juga maklumat berkenaan dengan komunikasi kesihatan (Manganelo, Bleakley & Schumacher, 2020). Sebarang bentuk PKA berkenaan COVID-19 yang dihasilkan pada ketika itu akan mudah untuk disebarkan di dalam persekitaran khalayak yang sangat memerlukan maklumat. Justeru, lambakan pelbagai jenis PKA di kedua-dua platform media sama ada tradisional atau baharu sebenarnya menyukarkan penyampaian mesej dalam PKA kerana PKA perlu berlandaskan kepada maklumat yang sahih dan tepat. Sebagai contoh, walaupun terdapat kebaikannya, para pempengaruh akan menghasilkan PKA dalam bentuk kandungan seperti *vlog* atau *live feed* dengan hanya menggunakan logik dan pengetahuan tanpa merujuk kepada mana-mana pakar atau sumber yang sah. Di samping itu juga, penghasilan PKA yang dihasilkan oleh mereka berkemungkinan tidak melalui peringkat reka bentuk mesej yang tepat.

Penerbitan PKA juga secara tidak langsung boleh dikaitkan dengan tahap literasi media dan informasi (MIL) khalayak sesebuah negara. Kajian yang dijalankan oleh Olson et al. (2019) mendapati tahap literasi media masyarakat telah berkembang dengan baik terutamanya di negara-negara maju. Justeru dengan menerapkan elemen literasi media dalam produksi media terutamanya dalam kalangan pelajar secara tidak langsung boleh menyediakan satu kerangka terhadap akses, analisis, penilaian, penciptaan dan penyertaan dengan kepelbagaian mesej dalam pelbagai bentuk. Hal ini kerana, literasi media dan informasi boleh membantu membangunkan satu pemahaman yang lebih jelas terhadap peranan media dalam masyarakat untuk kesejahteraan demokrasi. Melalui aktiviti penciptaan kandungan produksi media seperti PKA misalnya, pelajar akan mudah untuk mengaplikasikan tahap literasi media mereka berkenaan dengan etika, semakan fakta dan akhirnya boleh memperkasakan pelajar dengan kemahiran di alam pekerjaan.

Justeru, pencipta kandungan seharusnya mempunyai pengetahuan terhadap literasi digital untuk menghasilkan dan mereka bentuk sesebuah PKA untuk memastikan proses penciptaan dan penyebaran informasi pembujukan di pelbagai platform media sampai kepada khalayak yang disasarkan. Literasi digital penting terutamanya dalam kalangan pencipta kandungan kerana mereka akan dapat memahami konsep penggunaan teknologi

digital dan mengintegrasikannya dengan kemampuan untuk menilai secara kritikal terhadap sumber informasi yang dihasil dan disebar (Mrah, 2022). Oleh yang demikian, makalah ini membincangkan tentang proses penerbitan PKA berkaitan dengan pengejalan SOP pasca pandemik dalam kalangan pelajar sebagai satu proses kreatif yang menggunakan teknik pembujukan naratif di dalam penghasilannya. Di samping itu juga, makalah ini turut melihat bagaimana kumpulan produksi pelajar berkenaan menerapkan pengetahuan literasi digital sedia ada dalam penghasilan PKA berkenaan.

TINJAUAN LITERATUR

Proses Penerbitan Pesanan Khidmat Awam

Penerbitan dan penghasilan sesebuah PKA bukanlah satu proses yang mudah kerana penyampaian maklumat dan pembujukan perlu dilakukan dengan padat, efektif dan memberi kesan kepada khalayak yang disasarkan. Dari aspek tempoh masa, sesebuah PKA yang baik adalah berdurasi di antara 30 hingga 60 saat dan menelan kos yang tinggi terutamanya melibatkan kos tayangan di media arus perdana seperti televisyen dan radio berbanding perkongsian di media sosial seperti YouTube, TikTok, Facebook dan Instagram. Menurut Vettehen dan Kleemans (2019), penghasilan PKA yang mengambil durasi masa yang singkat sebenarnya memberikan cabaran terhadap aspek reka bentuk mesej yang ingin disampaikan. Pencipta yang menghasilkan sesebuah PKA perlu memastikan khalayak dapat menangkap mesej utama yang ingin disampaikan dalam tempoh masa yang singkat di samping menitik beratkan elemen gaya persembahan yang tidak membosankan.

Penggunaan PKA sebagai salah satu strategi dalam melakukan advokasi penyampaian maklumat atau kempen adalah bergantung kepada kemampuan efektif sesebuah PKA berkenaan untuk sampai kepada khalayak sasaran. Kemampuan efektif ini pula merujuk kepada kemampuan sumber iaitu narator atau penyampai dalam menyampaikan dan seterusnya mempengaruhi khalayak untuk mempercayai mesej yang ingin disampaikan. Di dalam penghasilan PKA kempen-kempen kesihatan, kebiasaannya sumber atau penyampai adalah golongan pakar atau professional seperti doktor perubatan. Namun, penggunaan golongan pakar ini bukanlah sesuatu yang menjadi kemestian. Terdapat banyak kajian berkaitan dengan PKA yang melibatkan kempen-kempen kesihatan di pelbagai negara (Sohn, Phanuphak, Baral & Kamarulzaman, 2020; Wang, Wang & Wang, 2019; Song et al., 2017). Kebanyakan kajian PKA kesihatan yang dijalankan menggunakan pendekatan teori yang pelbagai di dalam bidang media dan komunikasi, krisis kesihatan dan juga psikologi.

Kajian yang dijalankan oleh Mulyati et al. (2019) menunjukkan aspek retorik visual di dalam penerbitan kempen pesanan khidmat awam berbentuk iklan terdiri daripada elemen formalistik seperti warna, unsur garisan dan juga simbol yang digunakan untuk menyampaikan sesebuah mesej. Kajian yang dilakukan juga turut menunjukkan bahawa penekanan kepada elemen visual sangat ditekankan berbanding elemen kandungan teks. Terdapat tiga asas bentuk retorik visual iaitu simbolik aksi (*symbolic action*), intervensi manusia (*human intervention*) dan juga kehadiran khalayak (*presence of audience*) yang telah digunakan dalam penerbitan kempen PKA yang bertemakan alam sekitar.

Literasi Digital

Literasi digital adalah satu aspek korpus ilmu kompetitif yang mempunyai permintaan tinggi oleh sektor pekerjaan terutamanya pada abad ke-21. Menurut Tejedor et al. (2020), konsep literasi digital sebenarnya mempunyai skop yang luas dan mengikut bidang kajian seperti

media dan komunikasi, pendidikan, sains komputer, sains maklumat dan lain-lain. Walaupun terdapat pelbagai definisi dan konsep literasi digital, namun takrifan ini boleh disandarkan kepada dua trend utama iaitu idea dan kemahiran (Monteiro & Leite, 2021). Idea merujuk kepada konteks proses penilaian, analisis dan mensintesis maklumat, manakala sisi kedua iaitu kemahiran pula merujuk kepada senarai kemahiran dan teknik spesifik yang diperlukan untuk menggunakan teknologi digital. Oleh yang demikian, literasi digital boleh disimpulkan kepada kemampuan untuk mengakses, menganalisis, mencipta dan menggunakan media digital. Khan, Sarwar, Chen dan Khan (2022) menyatakan bahawa seseorang yang mempunyai literasi digital bermaksud berkebolehan untuk mencipta, menguruskan dan mengumpulkan maklumat serta berkeupayaan untuk mengubah sesebuah maklumat tersebut kepada sesuatu yang lebih berguna. Proses ini termasuklah daripada pengetahuan untuk mencari sumber yang berkredibel dan juga berkebolehan untuk berkomunikasi menggunakan teknologi digital. Maka, mempunyai literasi digital yang tinggi dalam era perkembangan teknologi dan penyebaran maklumat yang pantas adalah sangat penting terutamanya dalam usaha untuk melahirkan generasi yang mempunyai pengetahuan bersifat kritikal.

Kajian oleh Khan, Sarwar, Chen dan Khan (2022) terhadap aspek literasi digital dalam pendidikan tinggi pada abad ke-21 mendapati bahawa proses melahirkan pelajar atau graduan yang mempunyai literasi digital yang tinggi adalah satu tugas yang sangat mencabar. Hal ini kerana para pengajar perlu dilengkapi dengan ilmu dan kemahiran yang secukupnya sebelum proses pemindahan ilmu dapat dilaksanakan. Menurut Fahrurrozi et al. (2021), tidak banyak kajian yang telah dijalankan terhadap elemen-elemen yang mempengaruhi kemahiran literasi digital. Namun kemahiran terpenting yang diperlukan untuk menguasai perkara ini adalah kemahiran menggunakan teknologi, rangkaian dan aplikasi komunikasi untuk mencipta serta berkongsi maklumat, menghubungkan serta berkolaborasi dalam menyelesaikan sebarang isu atau masalah untuk penambahbaikan dari aspek kehidupan, pembelajaran, pekerjaan dan juga aktiviti sosial. Literasi digital secara tidak langsung juga akan membangunkan kemahiran yang membentuk asas kepada literasi media. Menurut Anisimiva (2020), terdapat faktor pembantu yang menyumbang kepada tahap literasi digital dan salah satu adalah kemahiran individu yang mempunyai impak yang signifikan terhadap literasi digital. Justeru, melalui pemahaman terhadap literasi digital, pelajar akan dapat memahami konsep penggunaan teknologi digital dan mengintegrasikannya dengan kemampuan untuk menilai punca sumber informasi berkenaan.

Kemahiran literasi digital yang diperoleh oleh seseorang juga akan menentukan tahap literasi yang dimilikinya. Kajian Monteiro dan Leite (2021) mendapati bahawa terdapat tiga tahap yang wujud dalam literasi digital iaitu kompetensi digital, penggunaan digital dan juga transformasi digital. Pada tahap pertama iaitu kompetensi digital merujuk kepada prasyarat yang perlu ada dalam diri seseorang terhadap literasi digital. Pada tahap ini seseorang yang mempunyai literasi digital mempunyai asas kemahiran, konsep, pendekatan dan juga perlakuan ke arah pemahaman. Sebagai contoh, seseorang yang berada pada tahap ini mempunyai kemahiran menggunakan peralatan, berkebolehan menilai serta menunjukkan perlakuan dan kesedaran untuk mengetahui asas ilmu literasi digital. Tahap kedua pula iaitu penggunaan digital merujuk kepada kemahiran digital dalam konteks profesional atau dalam domain pengetahuan yang spesifik. Pada tahap ini seseorang yang mempunyai literasi digital akan menggunakan kemahiran berkenaan dalam mencipta atau menyampaikan sesuatu sumber secara profesional. Akhir sekali, tahap ketiga merujuk kepada inovasi dan kreativiti yang dilakukan terhadap pengetahuan literasi digital yang ada. Tahap ini dicapai bila

seseorang yang mempunyai literasi yang tinggi dalam penggunaan teknologi dapat menghasilkan satu inovasi kreatif yang memberikan impak atau mendatangkan perubahan dalam bidang profesional atau domain.

Pembelajaran Melalui Penerbitan Projek Pesanan Khidmat Awam

Pengajaran dan pembelajaran terutamanya di dalam kursus media dan komunikasi di dalam era pasca kebenaran atau *post-truth* memerlukan satu pendekatan yang lebih sistematik terutamanya untuk menghadapi fenomena kebanjiran maklumat. Hal ini kerana, ekosistem maklumat di dalam era ini dibentuk oleh elemen-elemen yang tidak dijangka seperti jaringan media yang tidak telus, amalan etika penerbit, propaganda politik serta khalayak media yang mempunyai literasi yang kurang dan taksab terhadap sesuatu informasi (Bhaskaran, Mishra & Nair, 2019). Justeru, kebolehan membentuk mesej media oleh bakal pengamal media atau pencipta kandungan bersifat pembujukan seperti PKA merupakan satu kemahiran yang sangat penting dalam menyampaikan maksud sebenar mesej berkenaan agar tidak di salah tafsir, tidak dimanipulasi dan bersifat neutral.

Menurut Tejedor et al. (2020), terdapat pandangan yang mengatakan bahawa institusi pengajian tinggi seharusnya beradaptasi dengan kaedah untuk mempromosikan strategi meningkatkan literasi digital dengan menggabungkan tenaga pengajar dan pelajar sebagai generasi baharu yang lebih kompeten. Kajian mereka mencadangkan empat dimensi yang boleh digunakan dalam pembangunan model literasi digital yang digunapakai di Eropah. Dimensi pertama melihat kepada hubungan dan kolaborasi profesional antara pengajar dan pelajar serta bentuk komunikasi yang berlaku untuk menyampaikan ilmu. Dimensi kedua merujuk kepada pelajar dan sumber-sumber digital. Dimensi ini melihat bagaimana pelajar memilih, mencipta, memodifikasi, mengurus serta berkongsi maklumat berdasarkan pengetahuan literasi digital yang ada. Seterusnya, dimensi ketiga melihat kepada aspek pengajaran dan pembelajaran. Dalam dimensi ini pengajar akan memainkan peranan untuk mempelbagaikan kaedah pengajaran yang bersifat kolaboratif, pembelajaran sendiri dan juga kemahiran pedagogi yang bersesuaian. Akhir sekali, dimensi keempat pula merupakan aktiviti-aktiviti yang dijalankan untuk meningkatkan kompetensi digital pelajar.

Penghasilan PKA di zaman perkembangan teknologi masa kini bukanlah satu perkara yang menjadi masalah yang besar apabila terdapat pelbagai peralatan penggambaran dan suntingan yang mudah untuk digunakan dengan kos yang lebih rendah. Oleh yang demikian, integrasi penggunaan teknologi penggambaran seperti telefon bimbit misalnya di dalam proses pembelajaran secara tidak langsung telah mengubah pendekatan pembelajaran atau pembujukan daripada pendekatan bersifat pasif kepada satu kaedah yang bersifat aktif dan membolehkan lebih banyak ciri interaktiviti diwujudkan (Quinn & Chu, 2017). Penyertaan pelajar di dalam projek penerbitan PKA misalnya turut membuka peluang kepada mereka dalam proses pembelajaran aktif melalui proses-proses yang terlibat seperti penyelidikan, pembangunan idea, penulisan skrip, penggambaran, suntingan dan juga teknik lakonan.

Kajian Quinn dan Chu (2018) menunjukkan penglibatan pelajar dalam aspek advokasi seperti penghasilan PKA merupakan satu strategi efektif yang boleh digunakan untuk memberikan sokongan kepada pelajar melalui pendedahan kepada praktis dunia industri sebenar. Hal ini dibuktikan melalui pengaplikasian tiga kemampuan iaitu, kemampuan analitikal, kemampuan kreativiti dan juga kemampuan praktikal. Kemampuan analitikal bermaksud keupayaan untuk mengenal pasti ciri, membuat perbandingan dan mencari perbezaan serta menilai kekuatan dan kelemahan sesebuah penerbitan. Sebagai contoh,

melalui projek penerbitan PKA, pelajar akan mengenali elemen-elemen penting yang perlu ada di dalam penyampaian mesej efektif seperti khalayak sasaran dan juga kesesuaian teknik untuk menyampaikan mesej. Kemampuan kreativiti pula akan menggabungkan kesemua teknik kemahiran analitikal ke dalam bentuk yang baharu melalui penggunaan elemen audio visual seperti penggunaan suara latar, imej, teks, video dan muzik untuk membujuk dan mempengaruhi khalayak. Pemilihan elemen audio visual oleh pelajar dalam penghasilan PKA akan menentukan tahap kreativiti mereka untuk menyalurkan mesej kepada khalayak. Akhir sekali, apabila pelajar mampu menghasilkan dan menyiapkan sebuah PKA, kemampuan praktikal mereka akan teruji apabila mereka mengaplikasikannya ke dalam konteks dunia yang nyata.

Melibatkan golongan muda seperti pelajar di dalam penerbitan sesebuah PKA juga secara tidak langsung akan menawarkan peluang untuk mendekati golongan ini dan secara tidak langsung boleh memberikan kemahiran literasi kepada mereka terutamanya literasi digital. Menurut Ftanou et al. (2021), peluang mendekati diri dengan golongan pelajar dan remaja boleh membantu mengubah sesuatu situasi, perasaan, pemikiran dan tingkah laku tentang satu-satu permasalahan sosial hanya melalui penerbitan pesanan khidmat awam. Kempen yang menggunakan media seperti PKA misalnya, mempunyai impak yang positif dalam menambah pengetahuan dan kesedaran di samping memberikan sokongan. Kajian yang dilakukan oleh Ftanou et al. (2021) melibatkan penglibatan golongan muda di dalam penghasilan sebuah PKA kesedaran bunuh diri dalam kalangan remaja. Dua kaedah digunakan di dalam kajian berkenaan iaitu pendekatan penyertaan dan juga kaedah pembangunan.

Di dalam fasa pertama iaitu kaedah pendekatan penyertaan, golongan muda yang terpilih akan memberikan maklum balas idea terhadap penghasilan PKA berkenaan melalui siri bengkel bersama fasilitator. Di dalam siri bengkel berkenaan, sesi percambahan idea bersama fasilitator membuka ruang kepada golongan ini mengutarakan idea mereka terhadap PKA yang bakal dibangunkan bersama. Seterusnya, idea yang dibangunkan akan dibawa ke kaedah kedua iaitu peringkat pembangunan. Pada peringkat ini idea yang dipilih akan dibentangkan kepada pakar di dalam bidang bagi mengesahkan sejauh mana mesej yang disampaikan memenuhi tema utama kempen dan sesuai disampaikan kepada khalayak sasaran. Di dalam peringkat ini juga, golongan muda yang terlibat akan bersama-sama dengan kru produksi profesional membincangkan teknik penyampaian kandungan PKA dan juga genre yang boleh menarik minat golongan berkenaan.

METODOLOGI

Kajian ini menggabungkan kaedah kualitatif melalui pemerhatian dan penghasilan karya kreatif melalui penubuhan sebuah kru-produksi yang terdiri daripada pelajar-pelajar tahun dua program komunikasi media. Projek penerbitan PKA ini melibatkan tiga fasa di dalam produksi penerbitan audio visual iaitu pra-produksi, produksi dan juga pasca produksi. Projek ini telah bermula dari Julai hingga September 2022. Seramai tujuh orang pelajar telah dipilih sebagai kru-produksi dan diberikan peranan khusus seperti pengarah, penolong pengarah, penulis skrip, jurukamera, penyunting, pembantu produksi dan juga pelakon. Kaedah yang digunakan ini juga melibatkan praktis kreatif. Skains (2018) telah memperkenalkan pendekatan praktis kreatif sebagai salah satu kaedah dalam penyelidikan yang berasaskan praktis. Model Pengamal Kognisi Kreatif (*Practitioner Model of Creative Cognition*) merupakan salah satu model yang boleh digunakan dalam penyelidikan berasaskan praktis kreatif. Kerangka teori ini bertujuan untuk memahami proses kognitif dan mekanisme yang terlibat

dalam pemikiran kreatif untuk menyelesaikan masalah. Kognisi kreatif merujuk kepada proses kognitif seseorang individu berhubung dengan pemikiran kreatif yang boleh terjadi melalui dua bentuk kreativiti iaitu pembentukan idea kreatif dan penyelesaian masalah secara kreatif (Benedek & Fink, 2018).

HASIL KAJIAN DAN PERBINCANGAN

Dalam penghasilan PKA ini, penerapan elemen literasi digital dilakukan dengan menggunakan dua aspek utama iaitu idea dan juga kemahiran (Monteiro & Leite, 2021). Penerapan literasi digital dalam aspek idea dilakukan pada peringkat pra-produksi manakala aspek kemahiran pula diterapkan pada peringkat produksi dan pasca-produksi.

Peringkat Pra-produksi

Peringkat pra-produksi merupakan peringkat paling penting dan perlu diberikan perhatian kerana kegagalan merancang pada peringkat ini hanya akan menyebabkan berlakunya masalah pada peringkat yang seterusnya. Pada peringkat ini, penjaan idea, konsep, jalan cerita dan papan cerita telah diberikan tumpuan selain daripada aspek perancangan produksi. Justeru, di peringkat ini, penerapan literasi digital dari aspek idea telah diterapkan melalui mesyuarat produksi bagi membincangkan reka bentuk mesej yang ingin disampaikan dalam PKA yang bakal dihasilkan. Pembentukan kru produksi telah bermula pada pertengahan Julai 2022 dan mesyuarat produksi telah dilakukan sebanyak lima pertemuan. Jadual 1 menunjukkan topik perbincangan dalam setiap pertemuan mesyuarat produksi.

Jadual 1: Topik perbincangan mesyuarat produksi

Mesyuarat	Topik
Mesyuarat Produksi 1	Taklimat daripada ketua penyelidik dan pembentangan data kajian terdahulu
Mesyuarat Produksi 2	Pembentukan kru produksi dan gantt chart
Mesyuarat Produksi 3	Penetapan konsep PKA dan <i>treatment</i>
Mesyuarat Produksi 4	Draf skrip dan papan cerita
Mesyuarat Produksi 5	Penetapan skrip akhir dan papan cerita

Pada peringkat ini, pelajar telah diberikan satu set data kajian berkenaan jenis-jenis strategi komunikasi yang sering digunakan dalam penerbitan PKA bertemakan kesihatan. Pelajar diminta untuk melakukan proses penilaian dan analisis terhadap isu, mesej, durasi, bahasa dan genre penerbitan terhadap set data yang diberikan oleh pensyarah. Setelah proses penilaian dan analisis selesai dilakukan, kru produksi yang terlibat akan menetapkan mesej baharu dan kaedah penerbitan PKA yang akan digunakan.

Reka bentuk mesej dalam PKA yang dihasilkan ini untuk memberikan kesedaran kepada khalayak agar terus mematuhi SOP dan norma baharu yang telah diamalkan walaupun negara telah beralih ke fasa endemik. Mesej utama yang disampaikan di dalam PKA ini adalah tidak leka atau dalam erti kata lain tidak bersifat 'lengai' kerana walaupun fasa endemik telah bermula pada ketika itu, tetapi pematuhan SOP dan pengekal norma baharu seharusnya tidak berakhir kerana negara dan dunia mungkin akan berhadapan dengan pelbagai kemungkinan yang tidak terjangka. PKA ini dihasilkan dengan menggunakan pendekatan penerbitan filem pendek dengan elemen-elemen lakonan dan penggunaan watak dan juga *props* bagi membantu penyampaian mesej yang lebih segar dan berkesan. Tajuk 'Lengai' telah

dipilih sebagai tajuk PKA ini bagi menggambarkan situasi ‘jangan leka’ dan tidak merasakan semuanya telah berakhir. Durasi penerbitan PKA ini adalah selama 1 minit 42 saat.

Dari segi sinopsis, PKA ini mengisahkan tentang satu watak yang berhadapan dengan tiga situasi berkenaan pengekalan norma baharu iaitu menjalankan ujian sendiri, memakai pembasmi kuman (*hand sanitizer*) untuk mencuci tangan dan juga menggunakan pelitup muka sekiranya bergejala. Ketiga-tiga situasi ini menggambarkan mesej utama yang ingin disampaikan kepada khalayak dengan menggunakan elemen lakonan situasi berkenaan dengan bantuan pelakon pembantu. Tanpa disedari, dalam setiap babak, terdapat satu watak berpakaian kemas dengan *blazer* berwarna hitam yang sentiasa memerhatikan watak utama dalam setiap situasi. Watak berkenaan adalah simbolik kepada virus COVID-19 yang masih ada dalam masyarakat. Jadual 2 menunjukkan mesej-mesej yang telah dipilih untuk dipersembahkan dalam PKA berkenaan.

Jadual 2: Mesej utama yang dipilih dalam PKA

Tema Mesej	Penjelasan Mesej
Menjalani ujian sendiri menggunakan kit ujian	Watak utama bangun daripada tidur dan mengalami gejala batuk. Situasi ini didengari oleh rakannya dan rakan tersebut memberikan kit ujian sendiri. Tetapi watak utama hanya membuang kit berkenaan.
Sentiasa mencuci tangan menggunakan pembasmi kuman	Watak utama keluar bersama rakannya. Setibanya di tempat meletak kenderaan, rakannya memberikan cecair pembasmi kuman, tetapi tidak diendahkan.
Menggunakan pelitup muka sekiranya bergejala	Watak utama hendak mengajak rakannya bersukan tetapi dia mengalami gejala. Rakannya memberikan tisu kerana terdapat hingus di hidungnya dan mencadangkan agar dia menggunakan pelitup muka tetapi tidak diendahkan.
Jangan rasa selamat	Watak misteri yang sedang memerhati watak utama bermain bola di padang sedang mengangkat kad yang tertulis ‘Dah Rasa Selamat’ sambil memandang dengan riak wajah yang sinis

Pemilihan tema mesej dibuat berdasarkan kepada dapatan kajian terdahulu di dalam projek penyelidikan ini. Terdahulu, kajian ini telah menganalisis jenis-jenis penerbitan PKA dan mesej yang terdapat di platform YouTube dan bagaimanakah elemen persembahan mesej dilakukan dengan mengambil kira aspek-aspek seperti jumlah durasi, penggunaan bahasa, pemilihan mesej dan teknik penyampaian (Hasrul & Mohd Azul, 2021). Berdasarkan kajian yang telah dilakukan, teknik komunikasi yang sesuai digunakan adalah mempersembahkan fakta, menggunakan teks dan infografik serta penggunaan muzik latar yang tepat. Justeru, dalam reka bentuk mesej bagi projek penerbitan PKA ‘Lengai’ semua elemen berkenaan diambil kira dan ditambah dengan elemen lakonan mengikut babak sebagai strategi menarik golongan muda untuk lebih faham terhadap mesej yang disampaikan.

Dapat disimpulkan bahawa aspek pertama literasi digital iaitu idea telah diadaptasi dengan baik oleh para pelajar apabila mereka telah menunjukkan kebolehan menjelmakan satu idea baharu daripada proses penilaian, analisis dan mensintesis data penyelidikan yang telah dibekalkan oleh pensyarah.

Produksi

Aspek penerapan literasi digital pada peringkat ini adalah dari aspek kemahiran. Antara contoh kemahiran yang terdapat dalam penerapan ini adalah kemahiran pengarahan, kemahiran penggunaan peralatan digital serta kemahiran mentransformasikan idea ke visual.

Peringkat produksi merupakan peringkat kedua dalam proses penerbitan PKA ini. Pada peringkat ini, skrip akhir telah disiapkan sepenuhnya dan pengarah sangat memainkan peranan bagi memastikan mesej yang telah ditetapkan boleh disampaikan melalui visual, lontaran dialog, mutu lakonan watak dan juga *props* yang digunakan dalam sesebuah babak. Fasa produksi telah berlangsung pada pertengahan bulan Ogos 2022 dengan mengambil masa sebanyak dua hari proses penggambaran. Lokasi penggambaran yang dipilih melibatkan sebuah rumah dan di sekitar Universiti Kebangsaan Malaysia. Proses penggambaran dijalankan berdasarkan kepada papan cerita yang telah disediakan untuk memastikan setiap babak disampaikan pada tahap yang dikehendaki dan untuk memastikan khalayak yang menonton mudah untuk memahaminya. Terdapat empat babak yang telah dirakam pada peringkat ini.

Di dalam penghasilan PKA ini, pasukan produksi menggunakan dua buah kamera digital dan telefon bimbit di dalam proses penggambaran. Sebelum proses penggambaran dimulakan, para pelakon watak perlu menjalani proses bacaan skrip untuk memastikan gaya intonasi dan reaksi wajah yang dilakonan memberi makna yang dikehendaki. Di samping itu juga, penggunaan *props* seperti kit ujian sendiri, kotak tisu, cecair pembasmi kuman dan beberapa keping gambar telah digunakan bagi membantu pemahaman khalayak terhadap mesej yang disampaikan.

Pada peringkat ini, penerapan literasi digital dalam kalangan kru produksi dapat dilihat dengan jelas apabila pengarah memainkan peranan untuk memvisualkan setiap babak bagi memastikan mesej yang ingin disampaikan benar-benar memberikan impak kepada khalayak. Tugas ini turut dibantu oleh jurukamera yang bertindak sebagai penasihat kepada pengarah untuk memberikan jenis-jenis syot yang sesuai di dalam setiap babak. Kemahiran pengarahan serta kemahiran penggunaan peralatan digital merupakan indikator literasi digital dalam penghasilan sesuatu mesej baharu terutamanya mesej berbentuk audio visual.

Pasca Produksi

Peringkat terakhir di dalam proses penerbitan PKA ini adalah melibatkan proses suntingan dan tayangan draf sebelum dimuktamadkan. Pada peringkat ini, semua babak yang telah dirakam akan dinilai oleh ketua penyelidik dan pengarah untuk memastikan tiada gangguan pada persembahan mesej dan untuk mengelakkan salah faham terhadap tafsiran mesej. Kesemua sepuluh babak yang telah dirakam telah melalui proses penilaian dan seterusnya dibawa ke peringkat suntingan *offline* dan *online*. Suntingan *offline* melibatkan penyusunan babak-babak mengikut sekuen jalan cerita yang telah ditetapkan. Pada peringkat ini penyunting akan memastikan babak yang tiada gangguan audio dan video dipilih dan dimasukkan ke dalam perisian suntingan *Final Cut Pro*.

Setelah ke semua babak yang telah dipilih dimasukkan ke dalam perisian berkenaan, fasa suntingan *online* diteruskan dengan kerja-kerja seperti pembetulan warna (*colour grading*), memasukkan kesan khas audio dan video, transisi, serta penambahan elemen montaj dan grafik pada awal dan akhir PKA. Secara keseluruhannya, fasa pasca produksi mengambil masa selama empat hari untuk disiapkan. Draf pertama PKA yang telah disunting diserahkan kepada pakar bidang bagi tujuan penilaian. Laporan daripada pakar bidang telah

diteliti dan seterusnya penambahbaikan dilakukan oleh penyunting dan pengarah bagi memastikan hasil akhir benar-benar menepati piawaian yang telah ditetapkan. Pada peringkat ini juga dipastikan reka bentuk mesej telah lengkap sepenuhnya.

KESIMPULAN

Pesanan khidmat awam yang dihasilkan telah siap sepenuhnya pada 13 September 2022. PKA ini juga telah menyertai Festival Filem Pelajar Malaysia yang ke-13 pada tahun 2022 anjuran Universiti Pendidikan Sultan Idris (UPSI) dan Perbadanan Kemajuan Filem Nasional (FINAS). 'Lengai' telah tercalon sebagai finalis di dalam tiga kategori iaitu kategori filem iklan/PKA terbaik, skrip terbaik dan grafik terbaik. Lebih membanggakan apabila PKA ini telah dianugerahkan sebagai Filem Iklan/PKA Terbaik pada majlis berkenaan. Hal ini secara tidak langsung telah membuktikan bahawa penerapan secara imersif aspek-aspek literasi digital di dalam projek penerbitan pelajar boleh menghasilkan sebuah karya yang berkualiti dan diiktiraf.

Aspek idea dan kemahiran merupakan dua perkara utama literasi digital yang perlu ditekankan dalam produksi penerbitan bahan-bahan audio visual agar mampu memberikan impak kepada khalayak. Kajian ini telah menunjukkan bahawa dengan tahap literasi digital yang telah sedia ada di dalam diri pelajar seperti kemahiran menganalisis dan mensintesis maklumat atau fakta, kemahiran menggunakan peralatan digital serta kemahiran suntingan telah sedikit sebanyak memberikan impak kepada pelajar untuk meningkatkan tahap literasi digital mereka daripada tahap kompetensi digital kepada tahap transformasi digital seperti yang diperkatakan oleh Martin dan Grudziecki (2006). Kumpulan pelajar yang terlibat telah menunjukkan kemampuan mereka untuk mencipta dan memodifikasikan maklumat (dalam konteks ini adalah PKA) melalui keseimbangan jalan cerita dan kreativiti. Hal ini adalah selari dengan apa yang diperkatakan oleh Khan, Sarwar, Chen dan Khan (2022) iaitu apabila seseorang berkebolehan untuk mencipta, menguruskan dan mengumpulkan maklumat serta boleh mengubah sesuatu maklumat kepada sesuatu yang lebih bermakna, hal berkenaan telah menunjukkan bahawa seseorang itu mempunyai tahap literasi digital yang baik.

Penglibatan golongan pelajar sejak peringkat awal produksi penerbitan PKA ini secara tidak langsung telah memudahkan proses penyampaian mesej kepada golongan yang tepat. Idea daripada pelajar atau golongan muda ini diangkat termasuklah cara persembahan mesej yang bersesuaian dengan penerimaan golongan berkenaan. Hal ini selari dengan kajian yang telah dijalankan oleh Ftanou et al. (2021) yang menyatakan bahawa sekiranya sesebuah PKA disasarkan kepada golongan muda maka cadangan idea daripada golongan muda akan memastikan mesej disampaikan kepada golongan yang tepat terutamanya apabila melibatkan proses reka bentuk bersama.

PENGHARGAAN

Kajian ini dan kos penerbitan produksi PKA 'Lengai' telah dijalankan dengan menggunakan dana Geran Galakan Penyelidik Muda (GGPM), kod geran GGPM-2020-040 oleh Universiti Kebangsaan Malaysia. Sekalung penghargaan kepada pihak Sekretariat Penyelidikan dan Inovasi, Fakulti Sains Sosial & Kemanusiaan (FSSK) dan CRIM, UKM.

BIODATA

Hasrul Hashim merupakan pensyarah kanan di Pusat Kajian Media & Komunikasi, Fakulti Sains Sosial & Kemanusiaan, UKM. Bidang kajian beliau tertumpu kepada bidang produksi audio visual dan penyiaran. Email: hash@ukm.edu.my

Normah Mustaffa merupakan Profesor Madya di Pusat Kajian Media & Komunikasi, Fakulti Sains Sosial & Kemanusiaan, UKM. Bidang kajian beliau tertumpu kepada bidang komunikasi visual,ewartawanan dan literasi media. Email: normahm@ukm.edu.my

Muhammad Syakir Ahmad Sazali merupakan pelajar pra siswazah di Pusat Kajian Media & Komunikasi, Fakulti Sains Sosial & Kemanusiaan, UKM. Beliau merupakan pengarah dan penulis skrip bagi video pesanan khidmat awam 'Lengai'. Email: syakirsazali13@gmail.com

RUJUKAN

- Anisimova, E. (2020). Digital literacy of future preschool teachers. *Journal of Social Studies Education Research*, 11(1), 230-253.
- Bhaskaran, H., Mishra, H., & Nair, P. (2019). Journalism education in post-truth era: Pedagogical approaches based on Indian journalism students' perception of fake news. *Journalism & Mass Communication Educator*, 74(2), 158-170.
- Benedek, M., & Fink, A. (2018). Toward a neurocognitive framework of creative cognition: The role of memory, attention and cognitive control. *Current Opinion in Behavioral Sciences*, 27, 116-122.
- Clementson, D. E. (2020). Narrative persuasion, identification, attitudes, and trustworthiness in crisis communication. *Public Relations Review*, 46(2), 1-9.
- Crozier, A. J., Berry, T. R., & Faulkner, G. (2018). Examining the relationship between message variables, affective reactions and parent's instrumental attitudes towards their child's physical activity: The “Mr. Lonely” public service announcement. *Journal of Health Communication*, 23(5), 477-484. <https://doi.org/10.1080/10810730.2018.1470206>
- Fahrurrozi, Murtono, Lestari, I., Sarifah, I., & Dewi, R. S. (2021). The usefulness of online learning on quality of education during Covid-19 pandemic: Evidence from the department of elementary school teacher education at Universitas Negeri Jakarta, Indonesia. *International Journal for Quality Research*, 15(1), 107-124. <https://doi.org/10.24874/IJQR15.01-06>
- Ftanou, M., Reavley, N., Robinson, J., Spittal, M. J., & Pirkis, J. (2021). Developing public service announcement to help prevent suicide among young people. *International Journal of Environment Research and Public Health*, 18, 4158.
- Harian Metro. (2021, Oktober 3). Jangan leka, kita masih belum selamat. *My Metro*. https://www.hmetro.com.my/mutakhir/2021/10/762178/jangan-leka-kita-masih-belum-selamat#google_vignette
- Hasrul Hashim, & Mohd Azul Mohamad Salleh. (2021). Analisis strategi komunikasi penerbitan pesanan khidmat awam (PKA) pandemic Covid-19. *Jurnal Komunikasi: Malaysian Journal of Communication*, 37(4), 88-103.
- Khan, N., Sarwar, A., Chen, T. B., & Khan, S. (2022). Connecting digital literacy in higher education to the 21st century workforce. *Knowledge Management & e-Learning*, 14(1), 46–61. <https://doi.org/10.34105/j.kmel.2022.14.004>
- Laderman, M. (2019). *The public relations writer's handbook*. New York: Routledge.
- Liu, S., Yang, J. Z., & Chu, H. (2021). When we increase fear, do we dampen hope? Using narrative persuasion to promote human papillomavirus vaccination in China. *Journal of Health Psychology*, 26(1), 1999-2009.
- Manganello, J., Bleakley, A., & Schumacher, P. (2020). Rapidly changing information in a new media landscape. *Health Communication*, 35(4), 1711-1741.
- Martin, A., & Grudziecki, J. (2006). DigEuLit: Concepts and tools for digital literacy development. *Innovation in Teaching and Learning in Information and Computer Sciences*, 5(4), 249-267.
- Monteiro, A. R., & Leite, C. (2021). Digital literacies in higher education: Skills, uses, opportunities and obstacles to digital transformation. *Revista de Education a Distancia*, 65(11), 1-20. <https://doi.org/10.6018/red.438721>

- Muliyati Mat Alim, Abdul Halim Husain, Muhammad Zaffwan Idris, & Mohd Fauzi Harun. (2019). Retorik visual sebagai medium komunikasi iklan pesanan khidmat masyarakat: Persepsi pelajar dan pereka. *Journal of Management & Muamalah*, 9(2), 27-43.
- Mrah, I. (2022). Digital media literacy in the age of mis/disinformation: The case of Moroccan University students. *Digital Education Review*, 41, 176-194.
- Olson, C., Lanthorn, K., Onut, G., Sekarasih, L., & Scharrer, E. (2019). Producing PSAs on consumer culture: Youth reception of advertising. *Critical Studies in Media Communication*, 36(1), 58-74.
- Quinn, A., & Chu, Y. H. (2017). Teaching note-student-produced public service announcement: A project to promote active learning in an undergraduate HBSE class. *Journal of Social Work Education*, 53(3), 552-559.
- Rohayati Junaidi, Madiawati Mamat@Mustaffa, Tengku Intan Marlina Tengku Mohd Ali, Nur Faaizah Md Adam, & Siti Nur Anis Muhammad Apandi. *Engkaulah Adiwiraku* sebagai saluran informasi COVID19 berdasarkan model komunikasi SCMR Berlo. *Jurnal Komunikasi: Malaysian Journal of Communication*, 39(1), 441-458.
- Siti Zaleha Ibrahim, Siti Rashidah Abd Razak, Noraini Mohamad, & Syamim Zakwan Rosman. (2021). Amalan gaya hidup sihat ketika pandemik COVID-19 memenuhi tuntutan maqasid al-syariah. *Asian Journal of Civilization Studies*, 3(3), 1-15.
- Skains, R. L. (2018). Creative practice as research: Discourse on methodology. *Media Practice and Education*, 19(1), 82-97.
- Sohn, A. H., Phanuphak, N., Baral, S., & Kamarulzaman, A. (2020). Know your epidemic, know your response: Understanding and responding to the heterogeneity of the COVID19 epidemics across Southeast Asia. *Journal of The International AIDS Society*, 23(7). <https://doi.org/10.1002/jia2.25557>
- Song, I. H., You, J. W., Kim, J. E., Kim, J. S., Kwon, S. W., & Park, J. I. (2017). Does a TV public service advertisement campaign for suicide prevention really work? A case from South Korea. *Crisis*, 38(3), 195-201.
- Tejedor, S., Cervi, L., Pérez-Escoda, A., & Jumbo, F. T. (2020). Digital literacy and higher education during COVID19 lockdown: Spain, Italy and Ecuador. *Publications*, 8(4), 48. <https://doi.org/gqgk95>
- Vettehen, P. H., & Kleemans, M. (2019). How camera changes and information introduced affect the recognition of public service announcement: A test outside the lab. *Communication Research*, 46(7), 908-925.
- Wang, F., Wang, X., & Wang, Z. (2019). Threat appeals in public service announcements: Effects of message framing and relationship norms. *PsyCh Journal*, 9(3), 316-326. <https://doi.org/10.1002/pchj.336>
- Wiyane, W. T., & Mansur, S. (2021). Health communication campaign of clean and healthy living behaviour (PHBS) in Covid-19 pandemic era. *Jurnal Komunikasi: Malaysian Journal of Communication*, 37(2), 305-322. <https://doi.org/10.17576/JKMJC-2021-3702-19>