

19 SEP 1997

SEMAI TABIAT KEPENGGUNAAN YANG BIJAK PADA KANAK-KANAK

Rencana Bernama

Oleh: ROSLIWATY RAMLY

KUALA LUMPUR: Pepatah China ada menyebut bahawa adalah senang untuk membelanjakan seringgit daripada mendapatkan 10 sen dan pepatah ini biasanya digunakan untuk mengingatkan golongan muda supaya menghargai nilai wang ringgit.

Pepatah Melayu pula ada menyebut; "Jika hendak melentur buluh biarlah dari rebungunya." Kedua-dua pepatah ini mungkin boleh dijadikan kaedah yang baik untuk mendidik kanak-kanak Malaysia menjadi pengguna yang bijak di hari muka.

Dan dalam soal ini, tanggungjawab untuk melahirkan generasi sedemikian rupa, tidak lain tidak bukan merupakan tanggungjawab ibu bapa.

Malah, kempen berjimat dan menabung yang dilancarkan kerajaan tahun lalu adalah sia-sia jika ibubapa mengabaikan tanggungjawab mendidik anak-anak mereka menjadi pengguna yang cekap, cermat dan bijak.

Tetapi, bagaimana untuk menyemai tabiat itu di kalangan mereka?

Menurut Dr Thilla Chelliah, Setiausaha Kehormat Persatuan Pengguna Selangor dan Wilayah Persekutuan, jika ibubapa tidak berusaha mendidik anak-anak bagaimana untuk berjimat, menabung dan berbelanja dengan bijak, naluri dan budaya membazir akan berkembang dalam diri mereka.

"Dalam menghadapi dunia penuh cabaran dan mementingkan kebendaan, sesetengah ibubapa kerap memberi wang berlebihan kepada anak-anak mereka sebagai insentif kerana pelbagai sebab, antaranya, terlalu memanjakan anak dan sebagai sogokan menggantikan masa yang kurang diluangkan bersama mereka," tegas beliau.

Beliau menjelaskan sememangnya kanak-kanak mudah terdorong untuk membeli barang-barang berharga dan yang tidak perlu serta produk yang berbahaya yang wujud dalam sistem pasaran yang tidak ragu-ragu untuk menipu mereka.

Selain didorong tabiat berbelanja yang diamalkan ibubapa masing-masing atau kekurangan pengetahuan untuk berjimat, iklan kini menonjolkan kecanggihan kaedah pemasaran dari segi pendekatan dan mesej, katanya.

"Pengaruh iklan begitu hebat. Ia cuba menyelami psikologi dan imaginasi kanak-kanak sehingga mencetuskan keinginan dan perasaan untuk berada dalam "kumpulan" menyebabkan kanak-kanak mudah terikut-ikut dengannya," jelas beliau.

Dr Chelliah berkata, iklan menjejaki kanak-kanak hingga ke bilik rehat, menaja program kanak-kanak dan acara sukan yang menarik perhatian mereka dan ia menjadi sebahagian perbendaharaan kata kanak-kanak hingga terbina budaya kesetiaan dan mementingkan sesuatu jenama itu.

"Setelah terpicat dengan sesuatu jenama itu, ini bererti seorang pelanggan dewasa sudah berada di dalam genggam tangan untuk produk yang dipromosi kerana, kanak-kanak akan bersikap setia dan pada waktu yang sama, mendesak ibubapa membeli untuk memenuhi kehendak iklan itu," tegasnya.

Beliau berkata matlamat asas iklan ialah menjadikan kanak-kanak sebagai sasaran untuk memperkenalkan jenama tertentu supaya mereka mengiktiraf dan mementingkan jenama itu.

Dr Chelliah menjelaskan, kanak-kanak juga terpengaruh dan didesak rakan sebaya supaya memiliki produk tertentu atau menggunakan perkhidmatan itu semata-mata untuk diterima dalam kumpulan mereka.

"Malangnya, bagi golongan yang kurang berkemampuan, keperluan ini menyebabkan mereka menghadapi tekanan sehingga mendorong mereka terjebak dalam gejala sosial seperti mencuri, memeras ugut, terbabit dalam kumpulan

samseng dan pelacuran semata-mata untuk kelihatan setara atau lebih bergaya daripada rakan-rakan mereka," tambah beliau.

Dr Chelliah berkata, kanak-kanak perlu dilindungi sebagai pengguna kerana mereka belum matang untuk menilai apa yang baik bagi mereka dan mereka juga ketandusan pengetahuan untuk membuat pemilihan yang sebaik-baiknya.

"Usaha mengukuhkan hak kanak-kanak dalam menghadapi persoalan ini wajar diberi perhatian serius oleh persatuan-persatuan pengguna. Kanak-kanak perlu dilengkapi pengetahuan untuk menghadapi amalan perniagaan yang melanggar tata susila dan mengambil kesempatan terhadap kelemahan mereka," tegasnya.

Ibu bapa, guru, persatuan-persatuan pengguna dan agensi-agensi yang berkaitan mempunyai peranan masing-masing dalam membentuk "buluh muda" ini. Dr Chelliah berkata ibubapa hendaklah menjadi contoh dengan berbelanja mengikut kemampuan dan menjelaskan kepada anak-anak tentang golongan yang kurang bernasib baik.

Sistem pendidikan pula perlu menerapkan ilmu kepenggunaan dalam kurikulum sekolah sama ada sebagai sebahagian daripada mata pelajaran yang sedia ada atau sebagai kegiatan ko-kurikulum, katanya.

Guru wajar memastikan pembelajaran yang efektif dan bermakna dilaksanakan sambil mengajar apa yang terkandung di dalam kurikulum. Mereka hendaklah menggunakan sepenuhnya kesempatan yang terluang untuk menyemai tabiat pengguna yang bijak.

Beliau juga berkata Persatuan Ibubapa-Guru (PIBG) harus menyediakan tanggungjawab moral dan sosial sebagai persiapan kanak-kanak untuk menghadapi alam dewasa dengan tabiat pengguna yang bijak.

Tambah beliau, bagi persatuan-persatuan pengguna dan agensi yang berkaitan, mereka hendaklah bergiat cergas bagi menggalakkan kesedaran pengguna melalui aktiviti ko-kurikulum di sekolah.

Satu contoh yang baik ialah aktiviti Persatuan Pengguna Selangor dan Wilayah Persekutuan yang mengadakan program bagi ibubapa dan pelajar tentang cara mengendalikan kelab-kelab pengguna secara efektif di sekolah-sekolah.

Di luar sekolah, agensi-agensi kerajaan boleh membantu pertubuhan-pertubuhan sukarela yang mempunyai dana terhad, untuk melaksanakan pelbagai program secara berkesan.

Beliau menegaskan, agensi-agensi kerajaan pada keseluruhannya hendaklah memastikan pasaran tidak mengambil kesempatan daripada kanak-kanak selaku pengguna dengan memperkenalkan barangan dan perkhidmatan yang berbahaya, tidak beretika dan tidak sihat.

"Peraturan tentang iklan untuk kanak-kanak perlu dikawal, kerap dikaji semula manakala ibubapa dan guru hendaklah turut memainkan peranan mengawasi iklan-iklan tersebut."

Demi masa depan kanak-kanak, Permodalan Nasional Berhad telah melancarkan Amanah Saham Wawasan 2020 (ASW 2020) pada 28 Ogos tahun lepas. Sebulan kemudian, seramai 248,786 remaja berusia antara 12 dan 17 melabur dengan nilai pelaburan sebanyak RM517.7 juta.

Dan baru-baru ini, Perdana Menteri Datuk Seri dr Mahathir Mohamad telah mengumumkan dividen 10.1 peratus bagi tahun pertama Amanah Saham Wawasan 2020.

Namun, proses pengajaran dan pembelajaran tidak akan berakhir. Sempena Hari Kanak-Kanak 1997, Persatuan Pengguna Selangor dan Wilayah Persekutuan akan menganjurkan seminar selama dua hari mengenai "Kanak-Kanak sebagai Pengguna" di Hotel Crystal Crown, Petaling Jaya pada 1 Oktober.

Seminar itu akan membincangkan konsep dan kewajaran kanak-kanak sebagai pasaran bagi barangan dan perkhidmatan. Antara topik yang dibincangkan ialah bagaimana kanak-kanak menjadi sasaran kuasa pasaran sekarang bagi

barangan dan perkhidmatan, isu moral dan etika berhubung penonjolan kanak-kanak sebagai pengguna dan bagaimana menyedarkan kanak-kanak tentang tanggungjawab dan hak kepenggunaan masing-masing. -- BERNAMA

RR AM