

Hakcipta © tesis ini adalah milik pengarang dan/atau pemilik hakcipta lain. Salinan boleh dimuat turun untuk kegunaan penyelidikan bukan komersil ataupun pembelajaran individu tanpa kebenaran terlebih dahulu ataupun caj. Tesis ini tidak boleh dihasilkan semula ataupun dipetik secara menyeluruh tanpa memperolehi kebenaran bertulis daripada pemilik hakcipta. Kandungannya tidak boleh diubah dalam format lain tanpa kebenaran rasmi pemilik hakcipta.



**STRATEGI KOMUNIKASI KERAJAAN TERHADAP
PELAKSANAAN SISTEM PERCUKAIAN BARANG DAN
PERKHIDMATAN (GST) DI MALAYSIA**



AHMAD BIN MASLAN

UUM
Universiti Utara Malaysia

**DOKTOR FALSAFAH
UNIVERSITI UTARA MALAYSIA
2025**



Awang Had Salleh
Graduate School
of Arts And Sciences

Universiti Utara Malaysia

PERAKUAN KERJA TESIS / DISERTASI
(Certification of thesis / dissertation)

Kami, yang bertandatangan, memperakukan bahawa
(We, the undersigned, certify that)

AHMAD MASLAN

calon untuk Ijazah
(candidate for the degree of)

PhD

telah mengemukakan tesis / disertasi yang bertajuk:
(has presented his/her thesis / dissertation of the following title):

**“STRATEGI KOMUNIKASI KERAJAAN TERHADAP PELAKSANAAN SISTEM
PERCUKAIAN BARANG DAN PERKHIDMATAN (GST) DI MALAYSIA”**

seperti yang tercatat di muka surat tajuk dan kulit tesis / disertasi.
(as it appears on the title page and front cover of the thesis / dissertation).

Bahawa tesis/disertasi tersebut boleh diterima dari segi bentuk serta kandungan dan meliputi bidang ilmu dengan memuaskan, sebagaimana yang ditunjukkan oleh calon dalam ujian lisan yang diadakan pada : **13 Ogos 2025.**

That the said thesis/dissertation is acceptable in form and content and displays a satisfactory knowledge of the field of study as demonstrated by the candidate through an oral examination held on:
13 August 2025.

Pengerusi Viva
(Chairman for Viva)

: **Prof. Dr. Norhafezah Yusof**

Tandatangan
(Signature)

Pemeriksa Luar
(External Examiner)

: **Prof. Dr. Mohd Yahya Mohamed Ariffin**

Tandatangan
(Signature)

Pemeriksa Dalam
(Internal Examiner)

: **Assoc. Prof. Dr. Mohd. Khairie Ahmad**

Tandatangan
(Signature)

Nama Penyelia I
(Name of Supervisor I)

: **Assoc. Prof. Dr. Nik Adzrieman Abdul Rahman**

Tandatangan
(Signature)

Nama Penyelia II
(Name of Supervisor II)

: **Dr. Suhaini Muda**

Tandatangan
(Signature)

Tarikh:
(Date) **13 August 2025**

Kebenaran Mengguna

Tesis ini dikemukakan sebagai memenuhi sebahagian daripada keperluan pengijazahan doktor falsafah di Universiti Utara Malaysia. Saya bersetuju membenarkan pihak perpustakaan universiti untuk mempamerkan tesis sarjana ini sebagai bahan rujukan umum. Saya juga bersetuju bahawa sebarang bentuk salinan sama ada secara keseluruhan atau sebahagian daripada tesis ini untuk tujuan akademik adalah dibenarkan dengan kebenaran penyelia tesis atau Dekan Awang Had Salleh Graduate School of Arts and Sciences. Sebarang bentuk salinan dan cetakan bagi tujuan komersial adalah dilarang sama sekali tanpa kebenaran bertulis daripada penulis. Pernyataan rujukan kepada penulis dan Universiti Utara Malaysia perlulah dinyatakan jika terdapat sebarang rujukan ke atas tesis ini. Kebenaran untuk menyalin dan menggunakan tesis sarjana ini sama ada secara keseluruhan ataupun sebahagian daripadanya hendaklah dipohon melalui:



UUM
Universiti Utara Malaysia

Dekan
Awang Had Salleh Graduate School of Arts and Sciences
UUM College of Arts and Sciences
Universiti Utara Malaysia
06010 UUM Sintok

Abstrak

Komunikasi kerajaan melalui kementerian dan agensinya merupakan wadah untuk menyampaikan sesuatu dasar kepada masyarakat. Penyaluran maklumat tidak lengkap atau tidak berkesan boleh mempengaruhi tindakan terhadap sesuatu dasar yang telah diperkenalkan, seperti yang terlihat dalam penolakan masyarakat terhadap sistem Cukai Barang dan Perkhidmatan (GST) yang mula dilaksanakan di Malaysia pada 1 April 2015, dan ditamatkan pada 31 Julai 2018. Sungguhpun terdapat kajian yang meneliti aspek GST, namun kajian yang memfokus kepada perancangan dan strategi penyampaian maklumat berkaitan GST sangat terbatas. Kegagalan mendapatkan sokongan kelompok sasar berkaitan pelaksanaan sistem percukaian GST adalah disebabkan kekurangan model komunikasi yang berpotensi meningkatkan pengetahuan dan kesedaran mereka. Oleh itu, kajian kualitatif ini berhasrat menilai perancangan komunikasi kerajaan terdahulu yang terlibat dalam perancangan dan pelaksanaan GST kepada masyarakat ketika itu. Kajian ini turut menganalisis pementakan maklumat semasa pelaksanaan GST, menganalisis faktor komunikasi yang menyebabkan kegagalan penerimaan sistem GST dan membangunkan model komunikasi strategik dasar kerajaan sekiranya sistem tersebut diteruskan pada masa akan datang. Data diperoleh menerusi temu bual secara mendalam dengan 21 orang informan yang terdiri daripada pemimpin masyarakat dan kakitangan kerajaan. Data dianalisis dengan perisian NVivo 12 berpanduan kaedah analisis tematik. Hasil kajian menunjukkan bahawa pihak kerajaan perlu membina strategi dengan melatih pegawai untuk berkomunikasi secara berkesan dalam penyampaian maklumat berkaitan GST. Analisis pementakan maklumat juga menunjukkan bahawa pemahaman berkaitan GST berupaya menghapuskan ekonomi gelap dan memperbaiki sistem kewangan negara. Sikap negatif masyarakat, ketidakcekapan proses komunikasi dan gangguan politik merupakan faktor yang didapati mempengaruhi kegagalan penerimaan mesej GST. Aliran maklumat, kandungan yang jelas dan kaedah penyampaian merupakan strategi yang penting untuk meningkatkan pemahaman publik berkaitan GST. Kajian ini memberi sumbangan menerusi penghasilan model komunikasi strategik sebagai satu panduan kepada pembuat dasar untuk meningkatkan kecekapan komunikasi kerajaan dalam memperkenalkan dasar-dasar baharu.

Kata kunci: Komunikasi awam, pementakan, penentuan agenda, model komunikasi strategik, dasar awam.

Abstract

Government communication through ministries and agencies serves as a vital channel for conveying policy information to the public. Incomplete or ineffective dissemination of information can influence public response to newly introduced policies, as evidenced by the rejection of the Goods and Services Tax (GST) system, which was implemented in Malaysia on April 1, 2015, and discontinued on July 31, 2018. While numerous studies have examined various aspects of GST, research focusing specifically on the planning and communication strategy of GST-related information is still sparse. The failure to gain support from target groups regarding the implementation of the GST taxation system is due to the lack of a potential communication model that can increase their knowledge and awareness. Therefore, this qualitative study aims to evaluate the previous government's GST communication planning during its implementation. The research also analyses the framing of information, identifies communication factors that contributed to the public's rejection of the GST system, and develops a strategic communication model of government policy for potential future implementation. Data were collected through in-depth interviews with 21 informants, comprising community leaders and government officials. The data were analysed thematically using NVivo 12 software. Findings reveal that the government need to develop strategies by training officers to communicate effectively in delivering GST-related information. The analysis of information framing indicates the understanding GST is capable to eliminate the black economy and improve the national financial system. Unfavorable public sentiment, communication process inefficiencies, and political interference were identified as key factors influencing the failure of GST acceptance. Information flow, clarity of content, and delivery methods emerged as critical strategies for enhancing public understanding of GST. This study contributes by proposing an effective strategic communication model that can serve as a guideline for policymakers to improve communication efficiency in future policy implementations.

Keywords: Public communication, framing, agenda setting, strategic communication model, Public policy.

Penghargaan

Alhamdulillah, bersyukur ke hadrat Ilahi kerana dengan izin dan berkat-Nya, saya berjaya menyiapkan laporan penyelidikan bagi memenuhi syarat Ijazah Doktor Falsafah dalam tempoh masa yang ditetapkan.

Setinggi-tinggi ucapan terima kasih dan sejuta penghargaan ditujukan kepada Prof Madya Dr. Nik Adzrieman Abdul Rahman dan Dr. Suhaini Muda selaku penyelia dan pembantu penyelia yang telah banyak memberi tunjuk ajar dan juga membimbing saya sepanjang melaksanakan kajian ini. Mereka telah banyak memberi dorongan dan kata-kata semangat kepada saya untuk menganalisis serta menyiapkan penulisan tesis ini. Selain itu, terima kasih juga diucapkan kepada para pegawai di Kementerian Kewangan dan ketua-ketua komuniti yang telah memberikan kerjasama dan bantuan sepanjang proses mendapatkan data serta maklumat semasa menjalankan penyelidikan.

Selain itu, tidak lupa juga setinggi-tinggi penghargaan dan ucapan terima kasih kepada keluarga yang amat disayangi iaitu isteri Datin Seri Hajah Noraini Sulaiman, 4 anak dan 3 menantu dan 5 cucu dan anak-anak yang sentiasa memberikan dorongan serta semangat di sepanjang pengajian. Terima kasih di atas segala pertolongan, dorongan, dan sokongan moral yang tidak berbelah bahagi, juga daripada pegawai dan kakitangan pejabat saya.

Selain itu, sekalung penghargaan dan sekalung budi buat semua yang terlibat di Pusat Pengajian Teknologi Multimedia dan Komunikasi dan pihak Universiti Utara Malaysia.

Pohon selasih, pohon mangga,
Sawah padi, dikelilingi pinang;
Terima kasih, tidak terhingga,
Segala budi, tetap dikenang.

Sekian Terima Kasih, Wassalam.

Isi Kandungan

Kebenaran Mengguna.....	ii
Abstrak.....	iii
Abstract.....	iv
Penghargaan.....	v
Isi Kandungan.....	vi
Senarai Jadual.....	xi
Senarai Rajah.....	xii
BAB SATU PENGENALAN.....	1
1.1 Latar Belakang Kajian.....	1
1.1.1 Teknologi Komunikasi.....	2
1.1.2 Sejarah GST.....	2
1.1.3 Cabaran Proses Komunikasi Tentang GST.....	3
1.2 Permasalahan Kajian.....	5
1.3 Persoalan Kajian.....	9
1.4 Objektif Kajian.....	10
1.5 Ringkasan Persoalan dan Objektif Kajian.....	10
1.6 Skop dan Signifikasi Kajian.....	11
1.6.1 Kerangka Teori.....	12
1.7 Kepentingan Kajian.....	13
1.7.1 Sumbangan Teori.....	13
1.7.2 Sumbangan Metodologi.....	15
1.7.3 Sumbangan Praktikal.....	15
1.8 Definisi Konseptual dan Operasi.....	17
1.8.1 Komunikasi Kerajaan.....	17
1.8.2 Cukai Barang dan Perkhidmatan (GST)	17
1.8.3 Media Sosial.....	18
1.8.4 Pembungkahan Komunikasi.....	19
1.8.5 Kegagalan Komunikasi.....	19
1.8.6 Komunikasi Strategik.....	20
1.8.7 Pengelasan Pendapatan Isi Rumah.....	20
1.9 Rumusan.....	21

BAB DUA SOROTAN KARYA.....	22
2.1 Pendahuluan.....	22
2.2 Perancangan Komunikasi Kerajaan Dalam Penyampaian Maklumat	
Berkaitan GST.....	22
2.2.1 Komunikasi Kerajaan:	
Aliran Maklumat dari Atas ke bawah.....	26
2.2.2 Komunikasi Kerajaan:	
Pergerakan Maklumat dari Bawah ke Atas.....	27
2.2.3 Perancangan Pembinaan Dasar Baru dalam Kerajaan.....	28
2.2.3.1 Perancangan Pembangunan Yang Jelas.....	28
2.2.3.2 Sasaran Pembangunan.....	29
2.2.3.3 Penilaian Strategi.....	29
2.2.4 Strategi dalam Mencapai Sasaran dalam Perancangan	
Dasar Kerajaan.....	30
2.2.4.1 Komunikasi Lisan, Komunikasi Bukan Lisan	
dan Komunikasi Bertulis.....	30
2.2.4.2 Jurucakap.....	31
2.2.4.3 Menganalisis Topik yang dibincangkan.....	32
2.2.4.4 Pemilihan Medium Komunikasi yang Bersesuaian.....	32
2.3 Proposisi Kajian Pertama.....	34
2.4 Pemilihan Pembimbingan Maklumat Semasa Pelaksanaan	
Sistem Percukaian GST.....	34
2.4.1 Perincian Butiran Sistem Percukaian yang Diperkenalkan.....	35
2.4.2 Berkongsi Hasil Penyelidikan yang telah dibuat tentang	
kepentingan Sistem Cukai Diperkenalkan.....	36
2.4.3 Kadar serta cara Perkiraan Kadar Cukai yang Dikenakan.....	36
2.4.4 Hukuman Yang Dikenakan Kepada Rakyat yang Ingkar	
Membayar Cukai.....	37
2.5 Proposisi Kajian Kedua.....	37
2.6 Faktor-faktor Kegagalan Komunikasi Terhadap Sistem Percukaian GST.....	37
2.6.1 Sikap Negatif Masyarakat.....	38
2.6.2 Kurang Informasi Yang Lengkap.....	39
2.6.3 Komunikasi Kurang Berkesan.....	40
2.6.4 Gangguan Politik.....	41

2.6.5 Rekod Pencapaian Sistem Pentadbiran Terdahulu.....	42
2.7 Proposisi kajian ketiga.....	43
2.8 Teori-Teori Dalam Penyelidikan.....	44
2.8.1 Teori Penetapan Agenda.....	44
2.8.1.1 Contoh Kes Teori Penetapan Agenda.....	47
2.9 Teori Pembingkaian.....	48
2.9.1 Contoh Kes Teori Pembingkaian.....	52
2.10 Rumusan.....	55
BAB TIGA METODOLOGI KAJIAN.....	56
3.1 Pengenalan.....	56
3.2 Refleksi Penyelidik.....	58
3.3 Reka Bentuk Kajian Kualitatif.....	60
3.4 Aliran Penyelidikan.....	60
3.5 Reka Bentuk Pengumpulan Data.....	62
3.6 Latar Belakang Informan.....	63
3.6.1 Jumlah Informan.....	66
3.7 Teknik Temu Bual Dalam Penyelidikan.....	67
3.7.1 Temu Bual Secara Mendalam.....	68
3.8 Etika Temu Bual.....	69
3.8.1 Protokol Temu bual.....	70
3.9 Teknik Pengumpulan Data.....	72
3.9.1 Menganalisis Data Secara Tematik.....	74
3.10 Rumusan.....	77
BAB EMPAT DAPATAN KAJIAN.....	78
4.1 Pengenalan.....	78
4.2 Latar Belakang Informan.....	78
4.3 Perancangan Komunikasi Kerajaan Semasa Menyampaikan Maklumat Berkaitan Sistem Percukaian GST.....	80
4.3.1 Komunikasi.....	82
4.3.1.1 Penyampai.....	82
4.3.1.2 Medium.....	84
4.3.2 Maklumat.....	87
4.3.2.1 Peringkat Pelaksana.....	88
4.3.2.2 Faedah Kepada Masyarakat.....	89

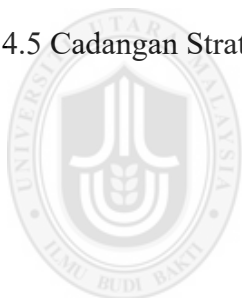
4.3.2.3 Formula Pembayaran GST.....	90
4.4 Peningkatan Maklumat Semasa Pelaksanaan Sistem	
Percukaian GST.....	92
4.4.1 Menghapuskan Ekonomi Gelap.....	94
4.4.2 Memperbaiki sistem kewangan negara.....	96
4.4.2.1 Menjimatkan perbelanjaan.....	96
4.4.2.2 Menambahkan Pendapatan.....	98
4.4.2.3 Menurunkan Harga Barang.....	100
4.5 Faktor-Faktor Kegagalan Komunikasi Awam Tentang Sistem	
Percukaian GST.....	102
4.5.1 Sikap Penerima.....	104
4.5.1.1 Sukar Menerima Perubahan.....	104
4.5.1.2 Mudah Terpengaruh dengan Hasutan	
Golongan Tertentu.....	104
4.5.2 Proses Dalam Komunikasi.....	105
4.5.2.1 Informasi Tidak Lengkap.....	107
4.5.2.2 Pemilihan Medium Kurang Sesuai.....	115
4.5.3 Gangguan Politik.....	117
4.5.3.1 Reputasi pemerintahan terdahulu.....	117
4.5.3.2 Pembangkang.....	119
4.6 Cadangan Strategi Komunikasi Kerajaan dalam Pelaksanaan GST.....	122
4.6.1 Aliran Informasi (Arah atas ke Bawah)	124
4.6.1.1 Aliran maklumat kepada badan pelaksana.....	124
4.6.2 Maklumat Jelas Berkaitan GST.....	125
4.6.2.1 Keperluan Pelaksanaan GST.....	126
4.6.3 Kaedah Penyampaian.....	135
4.6.3.1 Hasil.....	135
4.6.3.2 Pemantauan Berkala.....	136
4.6.3.3 Medium Penyampaian.....	139
4.7 Rumusan.....	144
BAB 5 PERBINCANGAN DAN RUMUSAN.....	145
5.1 Pendahuluan.....	145
5.2 Rumusan Hasil Kajian.....	145
5.3 Perbincangan Hasil Kajian.....	147

5.3.1 Perancangan Komunikasi Kerajaan Semasa Menyampaikan Maklumat Berkaitan GST.....	147
5.3.2 Pembingkatan Maklumat Semasa Pelaksanaan GST.....	150
5.3.3 Faktor-Faktor Kegagalan Komunikasi Terhadap Sistem Percukaian GST di Malaysia.....	154
5.3.4 Cadangan Model Komunikasi Strategik Dasar Kerajaan dalam Memperkenalkan Dasar Baharu.....	157
5.4 Sumbangan Teori.....	160
5.5 Sumbangan Metodologi.....	161
5.6 Sumbangan Praktikal.....	162
5.7 Limitasi, Cadangan Untuk Pengkaji Pada Masa Akan Datang.....	162
5.8 Implikasi Kajian.....	163
5.9 Kesimpulan.....	163
RUJUKAN	164
LAMPIRAN	180



Senarai Jadual

Jadual 1.1 Penjajaran Penyelidikan	9
Jadual 2.1 Saluran Media Sosial dan Penggunaan Asas	33
Jadual 2.2 Isu Serta Status Berkaitan Dengan Pelaksanaan GST.....	43
Jadual 3.1 Persoalan Kajian dan kelompok informan	60
Jadual 3.2 Fasa dan tahap analisis data secara kualitatif	72
Jadual 3.3 Kaedah Analisis Tematik Perancangan Strategi Komunikasi Pihak Kerajaan Dalam Memperkenalkan GST di Malaysia	76
Jadual 4.1 Latar Belakang Informan	80
Jadual 4.2 Perancangan Komunikasi Pihak Kerajaan Terdahulu Dalam Memperkenalkan GST di Malaysia	81
Jadual 4.3 Pembingkai Komunikasi Kerajaan Tentang Pelaksanaan Sistem Percukaian GST	93
Jadual 4.4 Punca-Punca Kegagalan Komunikasi Sistem GST Terdahulu	103
Jadual 4.5 Cadangan Strategi Komunikasi Pelaksanaan GST	123



UUM
Universiti Utara Malaysia

Senarai Rajah

Rajah 1.0. Kerangka Teori	12
Rajah 2.1. Teori Penetapan Agenda	45
Rajah 2.2 Teori Pembingkaian	50
Rajah 2.3 Model Kerangka Kajian	55
Rajah 3.1 Research Onion Model	56
Rajah 3.2. Carta Alir Penyelidikan	61
Rajah 3.3 Perisian NVivo versi 12	74
Rajah 4.1 Perancangan komunikasi oleh pihak kerajaan terdahulu dalam memperkenalkan GST di Malaysia	81
Rajah 4.2 Pembingkaian Tentang GST	92
Rajah 4.3 Faktor-faktor Kegagalan Komunikasi Sistem GST Terdahulu	102
Rajah 4.4 Reformasi strategi komunikasi GST	122
Rajah 5.1 Model Komunikasi Strategik Dasar Kerajaan	160



BAB SATU

PENGENALAN

1.1 Latar Belakang Kajian

Komunikasi kerajaan (*government communication*) merupakan perkhidmatan yang digunakan oleh pihak kerajaan seperti kementerian, jabatan dan agensi-agensiberkaitan untuk menyampaikan maklumat tentang dasar yang diperkenalkan kepada golongan sasaran. Penggunaan medium dan media oleh pihak kerajaan merupakan satu kaedah yang digunakan untuk menyampaikan maklumat (Gelders et al., 2006; Gregory, 2019; Ebbers et al. 2020; Hyland et al., 2021). Kejayaan pelaksanaan dasar bergantung pada perancangan serta strategi penyampaian maklumat yang digunakan oleh kerajaan semasa menyampaikan dasar tersebut kepada golongan sasaran. Adywiratama et al. (2022) mencadangkan *critical success factor* sebagai asas yang akan menentukan kejayaan mana-mana polisi, dengan komunikasi dilihat sebagai komponen yang sangat penting.

Kejayaan komunikasi banyak bergantung pada strategi penyampaian dan kandungan maklumat yang betul (La Bella et al., 2021). Maklumat yang tidak lengkap boleh menyebabkan terjadinya salah faham dalam kalangan penerima dan hal ini akan mempengaruhi sikap penerima terhadap sesuatu isu. Bagaimanapun, terdapat beberapa isu besar yang menyebabkan polisi kerajaan gagal, antaranya jangkaan yang terlalu optimistik, penyebaran arahan dan maklumat yang tidak konsisten, kerjasama antara pemegang taruh yang tidak begitu baik dan isu yang telah dipolitikkan (Hudson et al., 2019; Wang et al., 2021).

RUJUKAN

- Abdullah, H., Idrus, A. A. M., & Mehat, N. (2013). Kefahaman dan kesediaan pengguna terhadap pelaksanaan Cukai Barang dan Perkhidmatan (GST): Satu tinjauan awal. *Prosiding Persidangan Kebangsaan Ekonomi Malaysia Ke VIII*, 2, 688-702.
- Abd Kadir, S., Lokman, A. M., Hamidi, S. R., & Mohamed, S. (2019). Influence of political agenda videos posted on YouTube based on social reality issues. *International Journal of Recent Technology and Engineering*, 7, 6S2, 264-272.
- Abidin, I. S. Z. (2021). *Reflections on the Malaysian economy post-GE 14: Issues and challenges*. UUM Press.
- Abrantes, R., & Figueiredo, J. (2021). Information systems and change in project based organizations. *Procedia Computer Science*, 181, 367-376. <https://doi.org/10.1016/j.procs.2021.01.184>
- Adnan, M. H. B. (2015). Sambutan pengguna sabah terhadap pelaksanaan Goods and Services Tax (GST) dan tanggapan terhadap kesan kos kehidupan. *Jurnal Kinabalu*, 21, 183-208. <https://doi.org/10.51200/ejk.v21i.1094>
- Adywiratama, A. D., Ko, C., Raharjo, T., & Wahbi, A. (2022). Critical success factors for ICT project: A case study in project colocation government data center. *Procedia Computer Science*, 197, 385-392. <https://doi.org/10.1016/j.procs.2021.12.154>
- Ahmad, M. A. R., Ismail, Z., & Halim, H. A. (2016). Awareness and perception of taxpayers towards goods and services tax (GST) implementation. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 6(11), 75-93.
- Ahmed, F. (2025). Formalizing the social aspects of topic modeling: Focus on the social positioning of researchers. In M. S. Khine (Ed.), *Text mining in educational research: Topic modeling and latent dirichlet allocation* (pp. 97-106). Springer Nature Singapore.
- Aïmeur, E., Amri, S., & Brassard, G. (2023). Fake news, disinformation and misinformation in social media: A review. *Social Network Analysis and Mining*, 13(1), 30.
- Alam, M. (2017). Impacts, challenges and pitfalls of GST after implementation in India. *International Journal of Scientific Research in Science and Technology*, 3(8), 621-628.
- Al-Ttaffi, L. H. A., Bin-Nashwan, S. A., & Amrah, M. R. (2020). The influence of tax knowledge on tax compliance behaviour: A case of Yemeni individual taxpayers. *Journal of Business Management and Accounting*, 10(2), 15-30. <https://doi.org/10.32890/jbma2020.10.2.2>

- Arowolo, O. (2017). *An exposition on framing theory* [Unpublished manuscript]. Lagos State University.
https://www.academia.edu/33242219/An_Exposition_on_Framing_Theory
- Ausat, A. M. A. (2023). The role of social media in shaping public opinion and its influence on economic decisions. *Technology and Society Perspectives (TACIT)*, 1(1), 35-44. <https://doi.org/10.61100/tacit.v1i1.37>
- Azmi, N., Afriyani, T., & Kurniaty, D. (2025). The influence of TikTok affiliate digital marketing strategy on Generation Z purchase intentions in Jakarta, Indonesia. *Golden Ratio of Marketing and Applied Psychology of Business*, 5(1), 168-184.
- Baharudin, S., Waked, H. N., & Paimen, M. S. (2021). MCO in Malaysia: Consumer confidence and households' responses. *Jurnal Ekonomi Malaysia*, 55(1), 99-112.
- Belmonte, A., & Rochlitz, M. (2020). Collective memories, propaganda and authoritarian political support. *Economic Systems*, 44(3), Article 100771. <https://doi.org/10.1016/j.ecosys.2020.100771>
- Besley, T., & Persson, T. (2014). Why do developing countries tax so little? *Journal of Economic Perspectives*, 28(4), 99-120.
- Bernama (2024, Julai 10). Kutipan hasil cukai berkurangan selepas SST dilaksanakan semula ganti GST – MoF. *Astro Awani*. https://www.astroawani.com/berita-malaysia/kutipan-hasil-cukai-berkurangan-selepas-sst-dilaksanakan-semula-ganti-gst-mof-478352?fbclid=IwZXh0bgNhZW0CMTEAAAR2gBOiSoDIJhKEAbNEMjiPa uZzDMTKxwE0ntKmUjn0U8bR62kU7Q6e3tuM_aem_zPTGKSqJf_dzNmV locZZfw
- Bhalla, N., Sharma, R. K., & Kaur, I. (2023). Effect of goods and service tax system on business performance of micro, small and medium enterprises. *SAGE Open*, 13(2). <https://doi.org/10.1177/21582440231177210>
- Blattman, C., & Niehaus, P. (2014). Show them the money: Why giving cash helps alleviate poverty. *Foreign Affairs*, 93(3), 117-126.
- Boas, I., Chen, C., Wiegel, H., & He, G. (2020). The role of social media-led and governmental information in China's urban disaster risk response: The case of Xiamen. *International Journal of Disaster Risk Reduction*, 51, Article101905. <https://doi.org/10.1016/j.ijdrr.2020.101905>.
- Braun, V., & Clarke, V. (2021). To saturate or not to saturate? Questioning data saturation as a useful concept for thematic analysis and sample-size rationales. *Qualitative Research in Sport, Exercise and Health*, 13(2), 201-216.
- Bullock, O. M., & Shulman, H. C. (2021). Utilizing framing theory to design more effective health messages about tanning behavior among college

women. *Communication Studies*, 7(3), 319-332.
<https://doi.org/10.1080/10510974.2021.1899007>

Burrows, J. (2009). Review of the book Social marketing: Influencing behaviors for good, by P. Kotler & N. R. Lee. *Relations Industrielles*, 64(1), 179-180. <https://doi.org/10.7202/029551ar>

Boulianne, S. (2018). Building faith in democracy: Deliberative events, political trust and efficacy. *Political Studies*, 67(1), 4-30.
<https://doi.org/10.1177/0032321718761466>

Brühlhart, M., Danton, J., Parchet, R., & Schläpfer, J. (2025). Who bears the burden of local taxes? *American Economic Journal: Economic Policy*, 17(1), 464-505.

Cangara, H. (2009). Pengantar ilmu komunikasi. PT Raja Grafindo Persada

Caragher, J. (2023, May 7). *How many countries have VAT or GST?*
<https://www.vatcalc.com/global/how-many-countries-have-vat-or-gst-174/>

Chen, L. E., & Taib, M. S. B. M. (2017). Goods and services tax (GST): Challenges faced by business operators in Malaysia. *SHS Web of Conferences*, 36, Article 00027. <https://doi.org/10.1051/shsconf/20173600027>

Chinnasamy, S., & Azmi, N. M. (2018). Malaysian 14th general election: Young voters & rising political participation. *The Journal of Social Sciences Research*, 4, 125-138.

Chinnasamy, S., & Manaf, N. A. (2018). Social media as political hatred mode in Malaysia's 2018 General Election. *SHS Web of Conferences*, 53, Article 02005. <https://doi.org/10.1051/shsconf/20185302005>

Cho, H., Stefanone, M., & Gay, G. (2023, January). Social information sharing in a CSCL community. In G. Stahl (Ed.), *Computer support for collaborative learning: foundations for a CSCL community* (pp. 43-50). Routledge.

Chong, D., & Druckman, J. N. (2007). *Framing theory*. *Annual Review of Political Science*, 10, 103–26. doi: 10.1146/annurev.polisci.10.072805.103054

Chua (2011). *Kaedah dan statistik penyelidikan: Kaedah penyelidikan. Buku 1* (2nd ed.). McGraw-Hill Education.

Citrin, J., & Stoker, L. (2018). Political trust in a cynical age. *Annual Review of Political Science*, 21, 49-70.

Coombs, W. T. (2021). Crisis communication through the lens of strategic communication. In C. H. Botan (Ed.), *The handbook of strategic communication* (pp. 181-193). John Wiley & Sons.
<https://doi.org/10.1002/9781118857205.ch13>

- Creswell, J. W., Hanson, W. E., Clark Plano, V. L., & Morales, A. (2007). Qualitative research designs: Selection and implementation. *The Counseling Psychologist*, 35(2), 236-264.
- Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2016). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches*. SAGE Publications.
- Cross, R., Ernst, C., & Pasmore, B. (2013). A bridge too far? How boundary spanning networks drive organizational change and effectiveness. *Organizational Dynamics*, 42(2), 81-91.
- Cummins, J., & Mullin, R. (2010). *Sales promotion: How to create, implement and integrate campaigns that really work*. Kogan Page Publishers.
- Curhan, J. R., Labuzova, T., & Mehta, A. (2021). Cooperative criticism: When criticism enhances creativity in brainstorming and negotiation. *Organization Science*, 32(5), 1256-1272.
- Dani, S. (2016). A research paper on an impact of goods and service tax (GST) on Indian economy. *Business and Economics Journal*, 7(4), 1-2.
- Daniel, K.L., Bernhardt, J. M., Eroglu, D. (2009). Social marketing and health communication: From people to places. *American Journal of Public Health*, 99(12), 2120-2122.
- Das, L. (2024). Tax revenue and economic performance in Malaysia: A time series analysis. *Journal of Business and Economic Options*, 7(2), 33-40.
- de Albuquerque, A., de Oliveira, T. M., dos Santos Junior, M. A., & de Albuquerque, S. O. F. (2020). Structural limits to the de-westernization of the communication field: The editorial board in Clarivate's JCR system. *Communication, Culture & Critique*, 13(2), 185-203. <https://doi.org/10.1093/ccc/tcaa015>
- de Lange, E., Milner-Gulland, E. J., & Keane, A. (2019). Improving environmental interventions by understanding information flows. *Trends in Ecology & Evolution*, 34(11), 1034-1047. <https://doi.org/10.1016/j.tree.2019.06.007>
- Denscombe, M. (2010). *The good research guide: For small-scale social research projects*. Open University Press.
- Delgado, P., Vargas, C., Ackerman, R., & Salmerón, L. (2018). Don't throw away your printed books: A meta-analysis on the effects of reading media on reading comprehension. *Educational Research Review*, 25, 23-38.
- Deshmukh, A. K., Mohan, A., & Mohan, I. (2022). Goods and services tax (GST) implementation in India: A SAP-LAP-Twitter analytic perspective. *Global Journal of Flexible Systems Management*, 23(2), 165-183. <https://doi.org/10.1007/s40171-021-00297-3>

- Dhar, S., & Bose, I. (2022). Victim crisis communication strategy on digital media: A study of the COVID-19 pandemic. *Decision support systems*, 161, Article 113830. <https://doi.org/10.1016/j.dss.2022.113830>
- do Canto, N. R., Grunert, K. G., & Dutra de Barcellos, M. (2023). Goal-framing theory in environmental behaviours: Review, future research agenda and possible applications in behavioural change. *Journal of Social Marketing*, 13(1), 20-40. <https://doi.org/10.1108/JSOCM-03-2021-0058>
- Ebbers, W. E., & van de Wijngaert, L. A. (2020). Paper beats ping: On the effect of an increasing separation of notification and content due to digitization of government communication. *Government Information Quarterly*, 37(1), Article 101396.
- Edwards, R., & Holland, J. (2013). *What is qualitative interviewing?* Bloomsbury Academic.
- Enke, N., & Borchers, N. S. (2019). Social media influencers in strategic communication: A conceptual framework for strategic social media influence communication. *International Journal of Strategic Communication*, 13(4), 261-277.
- Errida, A., & Lotfi, B. (2021). The determinants of organizational change management success: Literature review and case study. *International Journal of Engineering Business Management*, 13. <https://doi.org/10.1177/18479790211016>
- Fadzli, I. N. M., & Awang, R. (2022). Perception and awareness on the implementation of Goods and Service Tax (GST) In Malaysia: A literature review. *Universiti Malaysia Terengganu Journal of Undergraduate Research*, 4(2), 75-80.
- Fairbanks, J., Plowman, K. D., & Rawlins, B. L. (2007). Transparency in government communication. *Journal of Public Affairs: An International Journal*, 7(1), 23-37.
- Farida, I., & Setiawan, D. (2022). Business strategies and competitive advantage: The role of performance and innovation. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 8(3), Article 163. <https://doi.org/10.3390/joitmc8030163>
- Fauziati, P., Minovia, A. F., Muslim, R. Y., & Nasrah, R. (2020). The impact of tax knowledge on tax compliance case study in Kota Padang, Indonesia. *Journal of Advanced Research in Business and Management Studies*, 2(1), 22-30.
- Field, A., Kliger, D., Wintner, S., Pan, J., Jurafsky, D., & Tsvetkov, Y. (2018). Framing and agenda-setting in Russian news: A computational analysis of intricate political strategies. In E. Riloff, D. Chiang, J. Hockenmaier & J. Tsujii (Eds.), *Proceedings of the 2018 conference on empirical methods in natural language processing* (3570-3580). Association for Computational Linguistics. <https://aclanthology.org/D18-1393/>

- Fitriani, W. R., Mulyono, A. B., Hidayanto, A. N., & Munajat, Q. (2020). Reviewer's communication style in YouTube product-review videos: Does it affect channel loyalty? *Heliyon*, 6(9), Article e04880. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2020.e04880>
- Foucault, M. (2023). Discipline and punish. In W. Longhofer & D. Winchester (Ed.), *Social theory re-wired: New connections to classical and contemporary perspectives* (pp. 291-299). Routledge.
- Freedman, D. (2018). Populism and media policy failure. *European Journal of Communication*, 33(6), 604-618.
- Funston, J. (2018). Malaysia's 14th General Election (GE14): The contest for the Malay electorate. *Journal of Current Southeast Asian Affairs*, 37(3), 57-83.
- Gallagher, M., & Miller, B. (2021). Who not what: The logic of China's information control strategy. *The China Quarterly*, 248(1), 1011-1036. <https://doi.org/10.1017/S0305741021000345>
- Garg, Y., & Anand, N. (2022). A study on consumer awareness and perception about GST. *Vision: Journal of Indian Taxation*, 9(1), 1-14.
- Gelders, D., De Cock, R., Roe, K., & Neijens, P. (2006). The opinion of Belgian government communication professionals on public communication about policy intentions: Pro/cos and conditions. *Government Information Quarterly*, 23(2), 281-292.
- Ghafar, M. N. A. (2003). *Reka bentuk tinjauan soal selidik pendidikan*. Penerbit Universiti Teknologi Malaysia (UTM).
- Goffman, E. (1974). *Frame analysis: An essay on the organization of experience*. Harvard University Press.
- Gordon, R., McDermott, L., Stead, M. & Angus, K. (2006). The effectiveness of social marketing interventions for health improvement: What's the evidence? *Public Health*, 120(12), 1133-9. <https://doi.org/10.1016/j.puhe.2006.10.008>
- Gorodnichenko, Y., Pham, T., & Talavera, O. (2021). Social media, sentiment and public opinions: Evidence from# Brexit and# USElection. *European Economic Review*, 136, Article 103772. <https://doi.org/10.1016/j.eurocorev.2021.103772>
- Gordeladze, M., & Molodini, G. (2021). What is "strategic communications"? Vectors of Social Sciences, 1(1), 100-114.
- Graham, M. W. (2014). Government communication in the digital age: Social media's effect on local government public relations. *Public Relations Inquiry*, 3(3), 361-376.

- Gregory, A., (2019). UK government communication. The Cameron years and their ongoing legacy. *Public Relations Review*, 45(2), 202-216.
- Griffin, E. M. A. (2006). *A first look at communication theory*. McGraw-hill.
- Grieve, R., Woodley, J., Hunt, S. E., & McKay, A. (2021). Student fears of oral presentations and public speaking in higher education: A qualitative survey. *Journal of Further and Higher Education*, 45(9), 1281-1293.
- Greenwood, S., Perrin, A., & Duggan, M. (2016, November). Social media update 2016. *Pew Research Center*.
- Grover, P., Kar, A. K., & Dwivedi, Y. (2022). The evolution of social media influence: A literature review and research agenda. *International Journal of Information Management Data Insights*, 2(2), Article 100116. <https://doi.org/10.1016/j.jjime.2022.100116>
- Guest, G. (2014). Sampling and selecting participants in field research. In H. R. Bernard & C. C. Gravlee. (Eds.), *Handbook of methods in cultural anthropology* (pp. 215-250). Bloomsbury Publishing.
- Guriev, S., & Treisman, D. (2029). A theory of information autocracy. *Journal of Public Economics*, 186, Article 104158. <https://doi.org/10.1016/j.jpubeco.2020.104158>
- Hamid, N. A., Dangi, M. R. M., Rusli, R. H. M., & Azali, N. M. (2017). The effectiveness of GST education providers: Royal Malaysian Customs Department vs tax agents in Malaysia. *World Journal of Management*, 8(2), 35-45.
- Halim, H. A. & Othman, Z. (2016). Strategi promosi melalui laman web: Kajian kes di Sri Lovely Farm. *Proceedings of Symposium on Technology Management & Logistics (STML-Go Green)*, 157-166.
- Hyland-Wood, B., Gardner, J., Leask, J., & Ecker, U. K. (2021). Toward effective government communication strategies in the era of COVID-19. *Humanities and Social Sciences Communications*, 8(30). <https://doi.org/10.1057/s41599-020-00701-w>
- Howlett, M. (2009). Government communication as a policy tool: A framework for analysis. *Canadian Political Science Review*, 3(2), 23-37.
- Hudson, B., Hunter, D., & Peckham, S. (2019). Policy failure and the policy-implementation gap: Can policy support programs help? *Policy design and practice*, 2(1), 1-14.
- Idris, K. M. (2006). Kesan persepsi undang-undang dan penguatkuasaan zakat terhadap gelagat kepatuhan zakat pendapatan gaji. *Journal of Governance and Development (JGD)*, 2, 32-41.

- Ifediora, C. O., & Azuike, E. C. (2019). Sustainable and cost-effective teenage breast awareness campaigns: Insights from a Nigerian high school intervention study. *Journal of Evaluation in Clinical Practice*, 25(2), 312-322.
- Ikhsan, M. F., Aziz, N. A., & Mahyudin, E. (2022). Case study on the implementation of Goods and Services Tax (GST) in Malaysia and Singapore. *Journal of International Studies*, 18, 159-189. <https://doi.org/10.32890/jis2022.18.6>
- Ismail, S., Abdullah, Z. H., & Alwi, N. H. M. (2012). Peranan laman web dalam melonjak kegemilangan Institusi Pengajian Tinggi Islam (IPTI). *Regional Seminar on Islamic Higher Educational Institutions*.
- Jabatan Kastam Diraja Malaysia. (2015). *Garis panduan pelaksanaan pembayaran cukai jualan (import) dan GST (Import) dalam waktu peralihan pelaksanaan GST*. Kementerian Kewangan Malaysia.
- Jali, M. F. M. & Besar, J. A. (2009) Pemerintahan Pakatan Rakyat (PR): Kajian pungutan pendapat di kalangan kakitangan awam negeri Selangor, Malaysia. *GEOGRAFIA Online Malaysian Journal of Society and Space*, 5(1), 44-53.
- Jali, J. M. F. M., Besar, J. A., Hashim, M. J., Lyndon, N., & Ramachandran, V. (2012). Pendapat politik awam pra-Pilihan Raya Umum ke-13 di Kedah. *Geografia Online: Malaysia Journal of Society and Space*, 8(8), 55-64
- Kahneman, D., & Amos Tversky. A. (1979). Prospect theory: An analysis of decision under risk. *Econometrica*, 47(2), 263-292. <https://www.jstor.org/stable/1914185>
- Kahneman, D., & Tversky, A. (1984). Choices, values, and frames. *American Psychologist*, 39(4), 341.
- Kamaruddin, R., Othman, A. A., & Denan, Z. (2013). Government sincere initiatives or political motives of 1Malaysia peoples' aid: Using structural equation modeling. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 105, 715-722.
- Kamarudin, S. N., Ahmad, N., & Loganathan, N. (2024). The influence of taxation on consumer burden in Malaysia: A revisit on GST. *Advances in Social Sciences Research Journal*, 11(9.2). <https://doi.org/10.14738/assrj.119.2.17400>
- Kasipillai, J. (2018). Malaysia: The prospects and drawbacks of navigating from GST to SST. *Tax Specialist*, 22(1), 40-42.
- Katz, H. (2022). *The media handbook: A complete guide to advertising media selection, planning, research, and buying*. Routledge.
- Kay, J. J. (2008). Framing the situation: Developing a system description. In D. Waltner-Toews, J. T. Kay & N. M. E. Lister (Eds.), *The Ecosystem approach: Complexity, uncertainty, and managing for sustainability* (pp. 1536). Columbia University Press.

- King, N., Brooks, J., & Horrocks, C. (2018). *Interviews in qualitative research*. SAGE Publications.
- Komala, L. (2009). Ilmu komunikasi: Perspektif, proses dan konteks. Widya Pajajaran
- Kotler, P., & Roberto L. R. (1989). *Social marketing: Strategies for changing public behavior*. The Free Press.
- La Bella, E., Allen, C., & Lirussi, F. (2021). Communication vs evidence: What hinders the outreach of science during an infodemic? A narrative review. *Integrative Medicine Research*, 10(4), Article 100731. <https://doi.org/10.1016/j.imr.2021.100731>.
- Lim, Y. J., & Salim, S. (2025, February 5). *World Bank says Malaysia should reinstate GST to boost revenue*. <https://theedgemalaysia.com/node/743372>
- Lin, M., Ling, Q., Liu, Y., & Hu, R. (2021). The effects of service climate and internal service quality on frontline hotel employees' service-oriented behaviors. *International Journal of Hospitality Management*, 97, Article 102995. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2021.102995>
- Lincoln, Y. S., & Guba, E. G. (1985). *Naturalistic inquiry*. Beverly Hills: SAGE Publications.
- Ling, S. C., Osman, A., Muhammad, S., Yeng, S. K., & Jin, L. Y. (2016). Goods and services tax (GST) compliance among Malaysian consumers: The influence of price, government subsidies and income inequality. *Procedia Economics and Finance*, 35, 198-205.
- Linsenmeyer, M. (2021). Brief activities: Questioning, brainstorming, think-pair-share, jigsaw, and clinical case discussions. In A. Fornari & A. Poznanski (Eds.), *How-to guide for active learning* (pp. 39-66). Springer International Publishing.
- Logan, B., & Burns, S. (2023). Stressors among young Australian university students: A qualitative study. *Journal of American College Health*, 71(6), 1753-1760.
- Lorne, C. (2021). Struggling with the state I am in: Researching policy failures and the English National Health Service. *Emotion, Space and Society*, 38, Article 100746.
- Lourdunathan, F., & Xavier, P. (2017). A study on implementation of goods and services tax (GST) in India: Prospectus and challenges. *International Journal of Applied Research*, 3(1), 626-629.
- Mackey, A., & Gass, S. M. (2015). *Second language research: Methodology and design*. Routledge.

- Maharani, T. F., Misnawati, D., & Pattara, B. J. (2024). Komunikasi antar budaya (Studi kasus: Pertukaran pelajar Indonesia di Malaysia). *Juremi: Jurnal Riset Ekonomi*, 3(4), 485-492.
- Malik, A., Sharma, P., Vinu, A., Karakoti, A., Kaur, K., Gujral, H. S. & Laker, B. (2022). Circular economy adoption by SMEs in emerging markets: Towards a multilevel conceptual framework. *Journal of Business Research*, 142, 605-619.
- Mantra, I. B. N., Handayani, N. D., Pramawati, A. A. I. Y., & Widiastuti, I. A. M. S. (2023). Brainstorming combines with project-based learning as an effective learning strategy in writing classroom. *Journal of Language Teaching and Research (JLTR)*, 14(6), 1590-1596.
- Martens, P. (2006). Sustainability: Science or Fiction? Sustainability: Science, Practice, & Policy 2(1), 36-41.
<https://doi.org/10.1080/15487733.2006.11907976>
- Maurer, M., Weller, K., Magerl, M., Maurer, R. R., Vanegas, E., Felix, M., Cherrez, A., Mata, V. L., Kasperska-Zajac, A., Sikora, A., Fomina, D., Kovalkova, E., Godse, K., Rao, N. D., Khoshkhui, M., Rastgoo, S., Criado, R. F. J., Abuzakouk, M., Grandon, D. ... van Cherrez-Ojeda, I. (2020). The usage quality and relevance of information and communications technologies in patients with chronic urticaria: A UCARE study. *World Allergy Organization Journal*, 13(11), Article 100475.
<https://doi.org/10.1016/j.waojou.2020.100475>
- McCombs, M., & Shaw, D. L. (1972). The agenda-setting function of the press. *The Public Opinion Quarterly*, 36(2), 176-187.
<https://www.jstor.org/stable/2747787>
- McDavitt, B., Bogart, L. M., Mutchler, M. G., Wagner, G. J., Green Jr, H. D., Lawrence, S. J., ... & Nogg, K. A. (2016). Dissemination as dialogue: building trust and sharing research findings through community engagement. *Preventing Chronic Disease*, 13, Article 150473.
<http://dx.doi.org/10.5888/pcd13.150473>
- Merriam, S. B. (1998). *Qualitative research and case study applications in education*. Jossey-Bass Publishers.
- Merrill, J., Bakken, S., Rockoff, M., Gebbie, K., & Carley, K. M. (2007). Description of a method to support public health information management: Organizational network analysis. *Journal of Biomedical Informatics*, 40(4), 422-428.
<https://doi.org/10.1016/j.jbi.2006.09.004>.
- Miles, D. A. (2017, August). A taxonomy of research gaps: Identifying and defining the seven research gaps. *Doctoral student workshop: Finding research gaps-research methods and strategies*, Dallas, Texas.

- Mokhtar, L. (2022, April 13). *PPIM gesa siasat penjenayah sebenar keldai akaun. Sinar Harian*.
<https://www.sinarharian.com.my/article/197657/berita/nasional/ppim-gesa-siasat-penjenayah-sebenar-keldai-akaun>
- Moreira, F. T. L. D. S., Callou, R. C. M., Albuquerque, G. A., & Oliveira, R. M. (2019). Effective communication strategies for managing disruptive behaviors and promoting patient safety. *Revista Gaucha de Enfermagem*, 40(Spe), Article e20180308.
- Moseley, A., & Thomann, E. (2021). A behavioural model of heuristics and biases in frontline policy implementation. *Policy & Politics*, 49(1), 49-67.
- Muhammed T, S., & Mathew, S. K. (2022). The disaster of misinformation: A review of research in social media. *International Journal of Data Science and Analytics*, 13(4), 271-285.
- Mutahar, N. A., & Hamid, A. N. (2022). Indirect tax administration efficiency of the Royal Malaysian Customs Department. *Jurnal Intelek*, 17(1), 84-93.
- Mwangi, S. C. (2021). A survey of civic engagement tools and capabilities of city and county government web sites. *Online Journal of Communication and Media Technologies*. 11(4), e202123. <https://doi.org/10.30935/ojcm/11255>
- Nadzri, M. M. N. (2019). The 14th General Election, the fall of Barisan Nasional, and political development in Malaysia, 1957-2018. *Journal of Current Southeast Asian Affairs*, 37(3), 139-171. <https://doi.org/10.1177/186810341803700307>
- Narayanan, S., & Latiff, A. R. A. (2024). The untimely demise of the Goods and Services Tax (GST) in Malaysia: A postmortem and the way forward. *Asian Economic Papers*, 23(1), 1-26. https://doi.org/10.1162/asep_a_00883
- Nespeca, V., Comes, T., Meesters, K., & Brazier, F. (2020). Towards coordinated self-organization: An actor-centered framework for the design of disaster management information systems. *International Journal of Disaster Risk Reduction*, 51, Article 101887. <https://doi.org/10.1016/j.ijdr.2020.101887>
- Newman, L. (2005). Uncertainty, innovation, and dynamic sustainable development. *Sustainability: Science, Practice, & Policy*, 1(2), 25-31. <https://doi.org/10.1080/15487733.2005.11907970>
- Nizar, M. (2019). Kegagalan politik UMNO dalam pemilihan raya umum ke-14. *Wacana Publik*, 13(2). <https://doi.org/10.37295/wp.v13i02.33>
- Nor, M. H. M. (2016). *Laporan tahunan 2016 Jabatan Kastam Diraja Malaysia*. Cawangan Perhubungan Awam, Ibu Pejabat Jabatan Kastam Diraja Malaysia, Putrajaya. <https://www.customs.gov.my/en/mp/Documents/LAPORAN%20TAHUNAN%20JKDM%202016.pdf>

- Nutman, N., Isa, K., & Yussof, S. H. (2022). GST complexities in Malaysia: Views from tax experts. *International Journal of Law and Management*, 64(2), 150-167.
- Othman, Z., Nordin, M. F. F., & Sadiq, M. (2020). GST fraud prevention to ensure business sustainability: A Malaysian case study. *Journal of Asian Business and Economic Studies*, 27(3), 245-265. <https://doi.org/10.1108/JABES-11-2019-0113>
- Palil, M. R., & Ibrahim, M. A. (2011). The impacts of goods and services tax (GST) on middle income earners in Malaysia. *World Review of Business Research*, 1(3), 192-206.
- Pan, Z., & Kosicki, G. M. (1997). Priming and media impact on the evaluations of the president's performance. *Communication Research*, 24(1), 3-30.
- Panjaitan, N., Sihombing, S., Palen, K., Schiavo, R. B., & Lipschultz, L. (2023). Enhancing government communication strategies for effective health information and public health education. *Law and Economics*, 17(2), 151-169. <https://doi.org/10.35335/laweco.v17i2.6>
- Park, S. Y., Holody, K. J., & Zhang, X. (2012). Race in media coverage of school shootings: A parallel application of framing theory and attribute agenda setting. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 89(3), 475-494. <https://doi.org/10.1177/1077699012448873>
- Park, M. J., Kang, D., Rho, J. J., & Lee, D. H. (2016). Policy role of social media in developing public trust: Twitter communication with government leaders. *Public Management Review*, 18(9), 1265-1288.
- Patton, M. Q. (1999). Enhancing the quality and credibility of qualitative analysis. *Health Services Research*, 34(5 Pt 2), 1189.
- Pennington, N. (2021). Communication outside of the home through social media during COVID-19. *Computers in Human Behavior Reports*, 4, Article 100118. <https://doi: 10.1016/j.chbr.2021.100118>
- Phulkerd, S., Sacks, G., Vandevijvere, S., Worsley, A., & Lawrence, M. (2017). Barriers and potential facilitators to the implementation of government policies on front-of-pack food labeling and restriction of unhealthy food advertising in Thailand. *Food Policy*, 71, 101-110. <https://doi.org/10.1016/j.foodpol.2017.07.014>
- Ragin, C. C., Shulman, D., Weinberg, A., & Gran, B. (2003). Complexity, generality, and qualitative comparative analysis. *Field Methods*, 15(4), 323-340.
- Rahman, A. R. A. & Amin, A. M. (2015). Goods and Service Tax: Opinion leaders persuasion strategies. *Journal of Media and Information Warfare*, 7, 1-42.

- Rahman, M. Z. A., Mohammad, M. T., & Seman, A. C. (2017). Dimensi Islam terhadap konsep pelaksanaan Cukai Barangan dan Perkhidmatan (GST). *Albasirah Journal*, 7(2), 53-67.
- Rahman, S., Johari, N. A., Manaff, M. I. A., Mohamad, W. S. S. W., & Ramli, R. R. (2018). From Good and Service Tax (GST) to Sales and Service Tax (SST). *GADING (Online) Journal for Social Sciences*, 22(Special Issue), 176-181.
- Rashid, S. F. A., Kasmani, M. F., Zaki, H. O., Hassan, N. S. A., & Wahab, N. A. (2024). Analysis of public debate on the reintroduction of GST in Malaysia via Facebook. *Asian Journal of Accounting & Governance*, 22, 51-67.
- Robinson, K. A., Brunnhuber, K., Ciliska, D., Juhl, C. B., Christensen, R., & Lund, H. (2021). Evidence-based research series-paper 1: What evidence-based research is and why is it important? *Journal of Clinical Epidemiology*, 129, 151-157.
- Romer, D., Sznitman, S., DiClemente, R., Salazar, L. F., Venable, P. A., Carey, M. P., Hennessy, M., Brown, L. K., Valois, R. F., Stanton, B. F., Fortune, T., & Juzang, I. (2009). Mass media as an HIV-prevention strategy: Using culturally sensitive messages to reduce HIV-associated sexual behavior of at-risk African American youth. *American Journal of Public Health*, 99(12), 2150-2159. <https://doi.org/10.2105/AJPH.2008.155036>.
- Saidi, S., & Harun, M. (2020). Goods and Services Tax (GST) transition to Sales and Services Tax (SST): Impact on the welfare of B40 and M40 households in Malaysia. In N. Kaur & M. Amad (Eds.), *Charting a sustainable future of ASEAN in business and social sciences: Proceedings of the 3rd International Conference on the Future of ASEAN (ICoFA) 2019—Volume 1* (pp. 545-554). Springer Singapore.
- Saifudin, S., Santoso, A., & Wardani, M. Y. (2021). Taxation knowledge, motivation to pay tax and education level on personal taxpayer obligation compliance. *International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBA)*, 5(1), 398-408. <https://doi.org/10.29040/ijebar.v5i1.1723>
- Sandelowski, M. (1995). Sample size in qualitative research. *Research in Nursing & Health*, 18(2), 179-183.
- Santiago, J. K., & Castelo, I. M. (2020). Digital influencers: An exploratory study of influencer marketing campaign process on Instagram. *Online Journal of Applied Knowledge Management (OJAKM)*, 8(2), 31-52.
- Sauer, M. A., Truelove, S., Gerste, A. K., & Limaye, R. J. (2021). A failure to communicate? How public messaging has strained the COVID-19 response in the United States. *Health security*, 19(1), 65-74. <https://doi.org/10.1089/hs.2020.0190>.
- Saunders, M. N., & Townsend, K. (2018). Choosing participants. In C. Cassell, A. L. Cunliffe, & G. Grandy (Eds.), *SAGE handbook of qualitative business and management research methods* (pp. 480-494). SAGE Publications.

- Scheufele, D. A., & Tewksbury, D. (2007). Framing, agenda setting, and priming: The evolution of three media effects models. *Journal of Communication*, 57(1), 9-20.
- Shaari, N., Ali, A., & Ismail, N. (2015). Student's awareness and knowledge on the implementation of Goods and Services Tax (GST) in Malaysia. *Procedia Economics and Finance*, 31, 269-279. [https://doi.org/10.1016/S2212-5671\(15\)01229-0](https://doi.org/10.1016/S2212-5671(15)01229-0)
- Shukri, N. A. A. (2023). *Cukai pendapatan: Apa perlu anda tahu?* https://www.hasil.gov.my/media/j2dfrxfc/20231220_terjemahan-artikel-nanyang-siang-pau_understand-personal-tax-easily.pdf
- Singh, R., & Awasthi, S. (2020). Updated comparative analysis on video conferencing platforms - Zoom, Google Meet, Microsoft Teams, WebEx Teams and GoToMeetings. *EasyChair Preprint*, 4026(1), 1-9
- Smaldone, F., Ippolito, A., & Ruberto, M. (2020). The shadows know me: Exploring the dark side of social media in the healthcare field. *European Management Journal*, 38(1), 19-32. <https://doi.org/10.1016/j.emj.2019.12.001>
- Taib, R., & Vivian, B. T. (2022). Post 14th GE: The impact of social media on Malaysia's political landscape. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 12(6), 761-772. <http://dx.doi.org/10.6007/IJARBSS/v12-i6/14033>
- Taylor, B., Henshall, C., Kenyon, S., Litchfield, I., & Greenfield, S. (2018). Can rapid approaches to qualitative analysis deliver timely, valid findings to clinical leaders? A mixed methods study comparing rapid and thematic analysis. *BMJ Open*, 8(10), Article e019993.
- Teik, O. C., Rahim, H. A., & Rajandran, K. (2023). Polarised discourse of complaint management: Ideological construction of the GST in Malaysian online news articles. *GEMA Online Journal of Language Studies*, 23(3), 205-226. <https://ejournal.ukm.my/gema/issue/view/1615>
- Tiung, L. K., Idris, R. Z., & Idris, R. (2018). Propaganda dan disinformasi: Politik persepsi dalam Pilihan Raya Umum Ke-14 (Pru-14) Malaysia. *Jurnal Kinabalu* (Edisi Khas), 171-198.
- Trachtman, C., Permana, Y., & Sahadewo, G. A. (2026). How much do our neighbors really know? The limits of community-based targeting. *Journal of Development Economics*, 178, Article 103555. <https://doi.org/10.1016/j.jdeveco.2025.103555>
- Tsekleves, E., Lee, C. A. L., Yong, M. H., & Lau, S. L. (2022). Exploring the use of speculative design as a participatory approach to more inclusive policy-identification and development in Malaysia. *Design Studies*, 81, Article 101118. <https://doi.org/10.1016/j.destud.2022.101118>

- Vaismoradi, M., Jones, J., Turunen, H., & Snelgrove, S. (2016). Theme development in qualitative content analysis and thematic analysis. *Journal of Nursing Education and Practice*, 6(5), 100-110. <http://dx.doi.org/10.5430/jnep.v6n5p100>
- Vaismoradi, M., & Snelgrove, S. (2019). Theme in Qualitative Content analysis and thematic analysis. *Forum Qualitative Sozialforschung Forum: Qualitative Social Research*, 20(3). <https://doi.org/10.17169/fqs-20.3.3376>
- Vargas, L., Emami, P., & Traynor, P. (2020, November). On the detection of disinformation campaign activity with network analysis. *Proceedings of the 2020 ACM SIGSAC Conference on Cloud Computing Security Workshop*, 133-146.
- Vasanthagopal, R. (2011). GST in India: A big leap in the indirect taxation system. *International Journal of Trade, Economics and Finance*, 2(2), 144.
- Wang, Y., Hao, H., & Platt, L. S. (2021). Examining risk and crisis communications of government agencies and stakeholders during early-stages of COVID-19 on Twitter. *Computers in human behavior*, 114, Article 106568. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2020.106568>.
- Wong, A., Ho, S., Olusanya, O., Antonini, M. V., & Lyness, D. (2021). The use of social media and online communications in times of pandemic COVID-19. *Journal of the Intensive Care Society*, 22(3), 255-260. doi:10.1177/1751143720966280
- Yien, N. C. X., & Arunasalam, K. (2022). Tax evasion in Malaysia: A study from taxpayer's perceptive. *Science, Education and Innovation in the Context of Modern Problems*, 4(5), 508-524.
- Yu, I. H., & Kim, H. (2020). The effect of influencer factors in personal media contents on purchase intention. *The Journal of the Korea Contents Association*, 20(1), 45-59.
- Yusli, N. A. H. (2023, Julai 28). Laporan analisis DOSM diterbitkan. *Dewan Ekonomi*. <https://dewanekonomi.jendeladb.my/2023/07/28/6505/>
- Zafari, N. N., & Besar, J. A. (2023). Persepsi pengundi terhadap isu politik di kawasan DUN Muadzam Shah, Rompin, Pahang. *Jurnal Wacana Sarjana*, 7(2), 1-14.
- Zain, N. R. M. (2014). *Agenda setting theory*. [Unpublished manuscript]. International Islamic University Malaysia. https://www.academia.edu/7013801/AGENDA_SETTING_THEORY
- Zainal Abidin, M. Z., & Ibrahim, M. S. (2023). Komunikasi strategik dalam pengurusan krisis kepimpinan organisasi. *Jurnal Pengajian Media Malaysia*, 25(2), 35-50.

- Zaini, A. A. D. A. I., & Kadam-Kiai, S. B. (2021). Pandangan dalam kalangan kaum Melayu dan Cina di kawasan Sibu terhadap Cukai Barang dan Perkhidmatan (GST). *Trends in Undergraduate Research*, 4(2), 1-17.
- Zamhasari, Z., Novita, D. E., Juliani, E. R., & Sriatin, S. (2020). The distortion of public perception towards the quick count results in 2019 elections. *JOELS: Journal of Election and Leadership*, 1(1), 7-15. <https://doi.org/10.31849/joels.v1i1.3425>
- Zhang, Y., & Kimathi, F. A. (2022). Exploring the stages of E-government development from public value perspective. *Technology in Society*, 69, Article101942. <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2022.101942>
- Zhou, H., Zhang, J., & Su, J. (2020). Internet access, usage and trust among medical professionals in China: A web-based survey. *International Journal of Nursing Sciences*, 7(Suppl 1), S38-S45. <https://doi.org/10.1016/j.ijnss.2020.07.003>



LAMPIRAN



STRATEGI KOMUNIKASI DALAM KERAJAAN: KAJIAN TERHADAP PELAKSANAAN SISTEM PERCUKAIAN GST DI MALAYSIA

Transkrip Temu Bual TEMU BUAL 1

Penemu duga: Ahmad Maslan (Pelajar Phd Universiti Utara Malaysia)

Nama Informan: Informan 1

Jawatan/ Peranan Informan: -

Tempoh Masa Temu bual: 35 minit 19 saat

Akronim: AM, Ahmad Maslan

I-1, Informan Satu

AM: <i>Mohon perkenalkan nama dan jawatan anda.</i>
I-1: Saya [REDACTED] [REDACTED] (Maklumat informan dirahsiakan.)
AM: <i>Saudara pegang jawatan apa pada tahun 2014 dan 2015?</i>
I-1: 2014-2015 masa tu saya sebagai setiausaha bahagian perhubungan awam dan antarabangsa.
AM: <i>OK. Soalan pertama bagaimana keberkesanan kempen penerangan GST kepada anda pada tahun 2014 dan 2015? Cuba anda recall back lah.</i>
I-1: Ya recall back masa tu kempen kempen dibuat melalui media Massa media sosial. Dia sebenarnya tujuan GST bagus. Tapi saya merasakan bahawa sikap hasad daripada pihak pembangkang yang membuatkan rakyat tidak mahu menerima GST tu. Cuma dia jadi jumud, dia jadi hati busuk dan dia tak nak buka pemikiran dan bagi yang kita yang open minded nya kita akan timbul kat sini kebaikannya untuk rakyat. Tax ini lebih telus. Banyak benefit untuk rakyat akan diterima semula selepas GST. Tapi yang yang ini mereka sebenarnya saya rasa rakyat ada yang memahami

tapi dia tidak mahu menerima kenyataan kebaikan GST.
AM: <i>Daripada saluran apakah anda mendapat maklumat GST dan apakah tujuan untuk kandungan yang diterima?</i>
I-1: Daripada media massa lah, daripada Facebook, daripada berita berita tapi banyak daripada media sosial media sosial sangat mempengaruhi masa itu. Masa itu saya rasa pihak di Jabatan Penerangan sendiri pun saya rasa kurang turun padang untuk memberi penjelasan especially di kawasan kawasan luar jadi penerimaan orang luar bandar tu pun masih sukar untuk terima GST pada masa tu.
AM: <i>Apakah maklumat GST yang dapat dikongsikan yang disebarkan kepada rakan lain dan staf di bawah pentadbiran anda?</i>
I-1: Mmg dikongsi dan adakan perbincangan untuk memberi penjelasan dengan rakan rakan di ofis lah. Sambil-sambil sembang tu dengan kawan luar pun ada, keluarga pun ada. Tapi kalau rakan rakan di luar tu memang negatif penerimaannya dan saya memang kena tembaklah kalau saya share dia, memang saya kena tembak tembak. Kalau saya kena tembak saya jawab lah, saya tak pandai ekonomi, jadi saya tak berapa pandai dengan terms terms tu, jadi saya akan share saja dan yang nak tembak tu, saya diam jela yang mana saya boleh jawab saya jawab. Sebab kita tak pandai pada kita jawab bodoh baik jadi baik kita diam. Awak kan nampak maklumat yang cuba disampaikan tidak berjaya disalurkan macam ada hidden sikit Kan macam biasa sebenarnya kalau kita tengok kat TV banyak menyekat penipuan di kalangan ahli perniagaan. Tapi kita hide yang tu kan kita tak menjelaskan secara terperinci. Jadi orang tak nampak kalau yang faham tu bangsa dia banyak menipu
AM: <i>Adakah saluran media sosial membantu memberi mesej kepada anda ketika GST dilaksanakan? Adakah saluran media sosial, bantu pemahaman anda?</i>
I-1: Media sosial ni membantu sebahagiannya Datuk. Saya rasa bersemuka lagi baik macam kita berazam meninggalkan propaganda. Ya pegawai penerangan turun dan ada Q & A session better.
AM: <i>Apa media sosial yang ada pada masa itu?</i>
I-1: Facebook Twitter Masa tu Insta tak popular lagi haa.WhatsApp? E mel, one way communication. Emel, emel tak popular dah
AM: <i>Push notification contoh macam menerima maklumat iaitu contohnya kita masa pandemik ada push notification masuk dalam handphone kita. Daripada Kerajaan. Supaya buat itu, buat ini. Masa GST ada tak kita disuruh buat benda mcm tu?</i>
I-1: Tak ada, tak ada, tak ada. Tak ada tindakan proaktif daripada pihak kerajaan

especially Jabatan penerangan.
AM: <i>Masa tu SMS ada kan?</i>
I-1: Dah ada atleast kita boleh Q&A kaa bertanya balik dia jawab secara umum kaa dia aspek kita faham-faham faham.
AM: <i>Sepatutnya adalah senarai GST zero rated dalam handphone ke? Jadi kita tahu kalau misalan tapi tak ada, eh. OK, apakah faktor yang difikirkan GST ini kurang mendapat sambutan sehingga dibatalkan pelaksanaannya?</i>
I-1: OK, bila melibatkan duit keluar dari poket memang tak popular. And then sambutan memang kuranglah kan apa dia siapa dia Benjamin Franklin dia ni founder of United stay pada tahun 1700 macam di kaunter itulah dia kata dalam dunia ni ada dua benda yang pasti dia orang tak suka mati dengan teks cukai. Benda keluar dari poket kan lepas apabila tapi kurang mendapat sehingga dibatalkan. Ia dibatalkan sebab sebab dia baik sebenarnya tapi hasad dengki daripada parti X bila dia memerintah. Dia yang tarik kan? Isu-isu politik bukan sebab benda tu tak bagus. Pernah ada? Sebab baik untuk Negara. Tapi sebab politik lah maka dia politik, politik dan dia kerana masa tukar pilihan raya semua eh. Cari populariti. Bila dia naik dari GST macam popular lah macam dia janji PTPTN sekarang jadi tapi masa dia kata dia tak nak tak nak GST tu dia Tak ada sebut pula cukai cukai lain, eh. SST 6 cukai baru 7 6 7. 6 cukai baru. 3 cukai lama dia naik dia tak popular kan dia SST tu dia tak promote SST jadi orang pun macam tak tahu keluar je duit siapa dia sedap. Kalau encik St ini kita memberi penerangan penerangan jadi dia pula ambil kesempatan di atas. Penyelewengan fakta banyak jelas.
AM: <i>Apakah cadangan anda untuk bagi penerimaan masyarakat terhadap GST?</i>
I-1: Saya cadangkan. Jadi saya nak dilaksanakan boleh. Tapi kita kena cerita balik asal usul kat mana kena kena ada GST ni kembali kenapa? Ya mungkin dari segi faktor ekonomi, keadaan keadaan ekonomi sekarang very bad kan teruk semua. So banyak penyelewengan penyelewengan di kalangan ahli perniagaan semua ini. Saya rasa orang boleh terima. Dan orang dah rasa macam dia sedar balikkah sebab
AM: <i>Di sudut komunikasi macam mana yang perlu diperbaiki?</i>
I-1: Perbaiki komunikasi penerangan harus bertindak proaktif. Kita kena turun padang. Jangan harap menteri dulu turun padang, pegawai pegawai kerajaan kena turun padang berjumpa dalam kelompok. Yang kecil adakan Q&A minta pandangan setiap rrrr. Macam ketua ketua orang kata boleh opinions kita dapatkan pandangan pandangan dia orang ambil hati peringkat awal ambil hati. Tanya, Tanya, Tanya Tanya and then berita baik dalam hati memang nak implement tapi ambil hati orang kita tanya dulu. So maknanya bahawa kita telah turun padang buat survey. Inilah hasil. So kita hide kan sikit kan kita terus implement je orang akan kata. Ni nak buat peliklah persepsi. Tapi bila kita turun jumpa opinion leader kan? Ketua kampung,

ketua ketua masyarakat berbincang satu kelompok. Kata lah 30- 40 orang satu satu kawasan untuk kita turun atau kamu . Itupun cukup mewakili. Jadi orang kata dia datang bincang lagi kita orang kerajaan. Saya turun media sosial.diaktifkan dan segera menjawab kalau semua terlibat memang tak menang tangan kalau ada penyelewengan fakta. Kes kena segera. Orang kan awak semua macam dulu. Nasib baik Datuk Seri jawab orang pantai. Kat mana pun masih maintain.

Sebab itu dalam saya komen dalam Datuk sendiri jiwa kental. Sekarang baru orangg prasan kat mana kebaikan? Orang sedar bukan perasan

AM: Saya nak tanya Datuk punya observation. Penglibatan media sosial inikan antara government dengan yang belah sana. Agak agak berapa nisbahnya pembangkang dan kerajaan pada masa itu?

I-1:

Wow diorang hebat 70 30 kot saya rasa kita 30 diorang 70. Jadi penyelewengan fakta tu orang nak percaya lah. Saya ada daripada dia orang sebab dia orang macam tu. X semua, kan? Saya tengok budak budak kita sendiri. Ini dalam Facebook dia orang saya tengok. Tanpa sendiri jangan.Ya, dia reflect kita buruk baik pun kita.Terbaik pun kita tutup kelemahan parti kita kata menjelaskan Yang baik kan untuk kita tolong. Sebab dia orang punya kan kita kena. Satu sesi dan kita panggil. Salah seorang siapa? Siapa yang, yang authorize bagi penjelasan kepada semua pejabat untuk kita defendan. Jangan orang kita pula duk hentam benda itu. Betul betul dia pelaksana benda tak betul pun dia boleh jahat mana dia akan protect posting kita buat kita buat sikit.Ya.Ya Amin.



STRATEGI KOMUNIKASI KERAJAAN TERHADAP PELAKSANAAN SISTEM PERCUKAIAN BARANG DAN PERKHIDMATAN (GST) DI MALAYSIA

Transkrip Temu Bual TEMU BUAL 2

Penemu duga: Ahmad Maslan (Pelajar Phd Universiti Utara Malaysia)

Nama Informan: Informan 2

Jawatan/ Peranan Informan: -

Tempoh Masa Temu bual: 37 Minit 46 saat

Akronim: AM – Ahmad Maslan

I-2 – Informan Dua

AM: <i>Pada tahun 2014-2015 apa jawatan anda pada waktu itu?</i>
I-2: Pada ketika itu saya menjawat jawatan setiausaha bahagian penerangan pejabat.
AM: <i>Okey. Kemenangan UMNO Malaysia ini. Ada lima soalan, enam soalan apa dan bagaimanakah strategi penyampaian maklumat dan penerangan semasa pelaksanaan sistem cukai GST kepada masyarakat yang dibuat oleh penerangan UMNO? Oleh ketika itu yang saudara, ingatlah.</i>
I-2: Yang pertama sekali adalah pada tahun itu Kerajaan Pusat telah membuat keputusan supaya diadakan penerangan besar besaran mengenai GST Goods Services Tax dan kaedah atau formula cukai GSTM. Jadi apa yang dibuat oleh pada ketika itu adalah kita memanggil mesyuarat dengan ketua ketua penerangan negeri pada ketika itu untuk menerangkan bahawa ada satu mobilisasi besar besaran akan dibuat untuk menerangkan faedah GST kepada masyarakat. Langkah susulan selepas mesyuarat. Dengan ketua penerangan negeri itu adalah kita turun ke negeri negeri dengan kerjasama daripada Jabatan Kastam dan Eksais Diraja di mana susunan dibuat dari segi perdagangan ke negeri dan kebahagiaan pegawai Kastam di dilibatkan dalam sesi penerangan pada ketika itu untuk menjawab apa juga soalan soalan teknikal daripada akar umbi. Kumpulan sasaran pada ketika itu adalah ketua ketua penerangan bahagian 4 peringkat iaitu ketua bahagian, dipanggil juga Ketua penerangan Pemuda wanita dan juga Ketua penerangan Puteri Penerangan itu dibuat peringkat negeri ke peringkat bahagian di peringkat negeri. Ada di peringkat

bahagian pada ketika itu.
AM: <i>Siapa yang membuat penerangan?</i>
I-2: Yang buat penerangan tu dari pegawai pegawai terlibat termasuklah daripada ketua perangan negeri turun ataupun ucapan daripada ketua penerangan Umno Malaysia ketika itu. Bagi setengah setengah sesi dan sesi seterusnya adalah ada sesi penerangan daripada pegawai kastam. Sebagai pegawai Kastam dan Eksais Diraja yang ada di bahagian atau di Parlimen di negeri kepada negeri itu.
AM: <i>Adakah maklumat disampaikan itu berkesan kepada kelompok sasaran dan apakah maklum balas mereka?</i>
I-2: Ada dua perkara yang timbul ketika itu yang dari ingatan saya yang pertamanya adalah bagi penerangan yang berbentuk istilah istilah laymen Islam Islam rakyat biasa. Rakyat boleh faham pihak yang mendengar boleh faham peserta yang hadir. Bengkel perdagangan boleh faham tetapi ada sesetengah istilah istilah teknikal, penerangan daripada pihak Kastam dan Eksais Diraja yang tidak difahami oleh rakyat kebanyakan mereka itu contohnya dari segi pengiraan, contohnya dari segi bagaimana manfaat diperolehi oleh kumpulan kumpulan sasaran tertentu. Itu antara beberapa soalan yang ditanya yang tidak dapat dijawab oleh pihak Kastam ketika itu.
AM: <i>Okey. Nyatakan perancangan, pelaksanaan dan saluran komunikasi yang digunakan terutama media sosial. Media sosial setakat mana dilaksanakan dan pemantauan kepada strategi tersebut akan media sosial diguna sepenuhnya ataupun media sosial. Bagaimana pada ketika itu?</i>
I-2: Pada ketika itu ada dua channel digunakan. Yang pertama adalah menggunakan infografik infografik yang dibekalkan oleh pihak Kastam dan Eksais Diraja. Berkaitan dengan flow chart bagaimana keuntungan daripada GST sampai kepada pengguna itu satu yang kedua digunakan juga dengan bantuan oleh sebab pada ketika itu kita menjadi kerajaan digunakan saluran media perdana. Media sosial pada ketika itu sangat kurang digunakan kerana pada ketika itu istilah media sosial ni lebih banyak berada di pihak yang bukan kerajaan. Mereka memburuk- burukkan memomokan dan sebagainya. Jadi itu antara kekangan yang berlaku pada kita.
AM: <i>Okey. Apakah antara kandungan dan contoh maklumat yang diberi semasa pelaksanaan cukai GST kepada masyarakat. Berikan contoh kandungan maklumat.</i>
I-2: Yang pertama yang diingat adalah tentang buku leaflet tujuan apa GST diwujudkan dan kenapa apakah manfaatnya dibandingkan dengan cukai. Selain service tax kepada kategori itu. Itu yang pertama. Yang kedua, mengenai item barang barang yang terlibat dalam GST dan apakah item barang barang yang tidak dikenakan GST pada ketika itu dan barang barang yang isi rumah dan sebagainya. Yang ketiga konteksnya adalah bagaimana GST boleh membantu rakyat ataupun pengguna

untuk menjimatkan perbelanjaan mereka pada ketika itu. Namun begitu ada ketikanya pihak rakyat menganggap bahawa barang akan lebih murah kerana pengendalian GST tetapi manipulasi telah dibuat oleh orang tengah kerana mereka mengambil keuntungan daripada sistem lama. Jadi sudah di situlah berlaku sedikit penyelewengan fakta dari segi kefahaman di peringkat rakyat. Secara amnya GST ni lebih teratur berbanding GST

AM: Apakah faktor-faktor yang membuatkan kegagalan semasa pelaksanaan sistem GST sehingga dia boleh dibatalkan pada tahun 2018? Apa pada pandangan saudara mengenai faktor kegagalan?

I-2:

Saya tidak menengok itu sebagai faktor kegagalan yang saya lihat, GST dapat itu kurang faham kerana di sini yang pertama adalah penggunaan istilah yang teknikal yang tidak dijelaskan dalam bentuk istilah rakyat biasa. Contohnya, layman iaitu makna tidak. Yang keduanya adalah dari segi ketidakfahaman. Ini adalah segi kumpulan sasaran. Mungkin pada ketika itu kita banyak melakukan penerangan ataupun sesi ini di bandar kawasan bandar. Sebab bila kita turun turun kawasan bandar kita tak pergi ke kawasan luar bandar yang masuk dalam remote area dan sebagainya. Sedangkan di situlah peranan orang tengah masih ada lagi mengambil kesempatan dari segi barang, barang dan sebagainya. Yang ketiga yang saya nampak di sini adalah jurang masa maknanya mungkin kalau nak. Kita nak buat penerangan tentang GST dan sebagainya. Ia perlu dimulakan lebih awal daripada sistem dikenalkan, bukan selepas sistem diperkenalkan dari sudut komunikasi bermakna apabila kita hendak melaksanakan sesuatu perkara kerana ada time frame selama 6 bulan untuk orang faham, dia faham foundation selepas dia. So kita kenalkan perkara baru lepas itu disambung dengan pengenalan seterusnya saya dari segi teknologi dan dari segi teknik dari segi kaedah, kaedah pendekatan. Dan peranan pembangkang itu dia peranan pembangkang. Kegagalan peranan pembangkang di situ adalah kalau saya ingat saya, kastam sendiri ada membuat sedikit penerangan ataupun sedikit bengkel di PWTC dengan apa yang disebut sebagai players dalam bidang tax. Dengan peniaga, peniaga dan sebagainya. Dan peniaga peniaga dan juga pengusaha pengusaha ini. Mereka sendiri pun suam suam kuku ataupun mereka tidak begitu menyambut baik GST. Ini kerana ia akan menghakis keuntungan mereka. Jadi di sini berkemungkinan ada peranan peniaga tidak memberi respons yang bagus, yang baik kepada sistem GST. Di mana mereka rasa bahawa sistem GST itu mengurangkan keuntungan mereka. Itu yang pertama. Yang kedua adalah mereka adalah parti yang terlibat, yang yang yang tidak begitu suka GST itu diperkenalkan kerana hasil mereka akan berpindah kepada kerajaan. Ya. Boleh mengurangkan black ekonomi aktiviti mereka. Dulu rakyat kita ada tiga sesi. Masa tu dia bisa saya ingat masa kita nak turun ke bawah tu, dia buat daripada jawatan Hussein Onn Tun Doktor Ismail dibuat oleh Jabatan Kastam pada kita.

AM: Okey. Yang akhir, lepas tu saudara boleh tambah jika GST dilaksanakan semula, apakah cadangan cadangan untuk memperbaikinya terutama di sudut strategi komunikasi?

I-2:

Yang Kerajaan patut lakukan saya melihat Datuk Seri, yang pertama sekali adalah

sekiranya Kerajaan mengambil langkah untuk memperkenalkan terminologi. Kenalah mudah difahami istilah teknologi. Maknanya gunakan ayat yang sehabis, ringkas, yang stabil, mudah difahami. Yang kedua, kalau sekiranya kita hendak kenalkan satu perkara yang baik untuk rakyat itu mungkin 6 bulan kemudian, mulakan kempen awal 6 bulan sebelum ataupun kita dapatkan feedback daripada rakyat dan pro and cons, kemudian dapat input daripada rakyat, daripada persatuan, daripada persatuan pengguna dan sebagainya. Apakah mekanisme? Mekanisme yang boleh digunakan untuk diguna pakai dalam sistem tu supaya apabila ia dilaksanakan ia dilaksanakan dengan sempurna. Yang ketiga, pada pandangan saya dia must be a time frame dari segi communication. Bermakna selepas diperkenalkan sistem itu. Okey, apakah impak rakyat untuk 3 bulan pertama? 90 hari? Kemudian 180. Kemudian seterusnya baru kita bernama ini boleh mendapat penjelasan yang yang berkesan kerana kita ingat pada ketika itu, walaupun media massa memainkan peranan yang besar, masa itu kita kerajaan. Masa itu perdana menteri adalah menteri kewangan. Ya tetapi terlalu ramai pihak yang membuat perdagangan yang menyebabkan tidak ada satu negatif yang khusus. Kawan ini kata macam ini kawan ini kata macam ni kawan ini kata macam ini jadi bermakna pada pendapat di pihak penerangan. Sekiranya GST ingin diperkenalkan sekali lagi semua apa kita panggil sebagai pihak yang terlibat dalam komunikasi ini daripada media sosial sampailah kepada grafik filem negara kepada sebagainya kena dilibatkan sebab dia akan menjadi satu holistik government baru. Ia boleh menjadi percaya. Ia bertujuan tunggu. Azizan ia bukannya ia bukannya diharapkan kepada contohnya bagaimana TV3 akan craft macam ni. Kemudian lepas itu RTM craft macam ni kemudian Hijrah craft macam ini. Sudahnya dia akan berlaga dari segi pendekatan. Satu perkara yang kedua adalah kita tetapkan bahawa setiap kumpulan sasaran itu ada pihak tertentu yang mengambil dia punya responsibility. Contohnya GST kepada kumpulan suri rumah. Siapa yang akan handle? Kumpulan GST kepada kumpulan pegawai kerajaan siapa yang handle GST kepada kumpulan penternak dan juga nelayan sampai akan handle bukannya kita serahkan penternak itu kepada contohnya, FAMA, nelayan kepada IKM dan sebagainya. Sebab mereka yang bidang dalam bidang komunikasi ini mereka yang mahir ini kena diberi tasking supaya mereka akan fokus kawasan itu saja. Kumpulan sasaran itu sahaja untuk membolehkan mereka ada same sort latihan hands on ataupun ada lebih kurang macam hubungan yang jelas, yang rapat barulah mereka boleh faham. Saya ambil contoh dalam satu tempat yang kita pernah pergi ke kawasan di Terengganu. Mereka itu kita buat di apa ni? Di salah satu sebuah hotel di sana. Bila terangkan GST tu dalam bahasa yang bahasa bahasa Kuala Lumpur. Orang tempatan itu tak faham sangat apa yang dia cakap. Jadi bermakna penggunaan selang tempatan dan sebagainya kena dimasukkan juga dalam pendekatan sebagai strategi komunikasi.

AM: Kalau kita lihat baru ini masa pandemik. Dia ada apps my Sentral ya betul kemudian dia ada push notification terutama kepada semua mereka yang ada handphone, iaitu dalam bentuk SMS misalnya SMS. Apa pandangan kalau kita nak buat lagi GST nak buat macam itu ke macam?

I-2:

Boleh juga dia buat macam mana Sejahtera dari segi aplikasi khusus maknanya audiens ataupun umum boleh bertanya untuk mendapat apa yang dapat. Apa yang mereka kehendaki maklumat dalam apps berkenaan iaitu

AM: <i>Yang guna apa ni semua orang dapat mesej mesej mesej mesej perkataan perkataan, istilah istilah yang mudah difahami. Dalam handphone SMS mereka tu ya bererti semua orang yang ada handphone dapat duit tiada program ya istilah popup dia akan timbul di sana. Benda tu boleh buat boleh dibuat itu media sosial kan media sosial, media sosial.</i>
I-2: Satu lagi satu lagi saya ingat di sini bahawa peranan yang kita selain daripada media sosial dan sebagainya itu saya tengok di sini pada ketika itu kita pakai. Iklan di belakang bas kalau kita ingat iklan bebas yang berjalan di kawasan bandar raya dan sebagainya, ada kebaikan GST dan sebagainya. Tulisan dia terlalu banyak pada kita. Kedua. Jadi orang tak buat macam tu. Jadi orang tak dapat tangkap apa maksud dia kan. Jadi sudahnya dia akan berjalan macam tu je lah bila banyak tapi dia tidak menjelaskan the benefits habis GST. Jadi maksud maksud saya dari segi mungkin strategi komunikasi yang yang yang datang daripada Putrajaya daripada ketika itu adalah dia terlalu ilmiah. Jadi mungkin satu pendekatan boleh digunakan adalah kita menggunakan ayat yang mudah difahami supaya pihak yang mendengar itu. Pihak yang menonton pihak yng menerima maklumat itu, dia rasa bahawa dia adalah pihak yang mendapat benefit, bukannya dia menengok apakah perkara yang patut diketengahkan itu maknanya dari sudut. The receivers punya benefit bukannya the producers punya benefit. Apa ini? Sebab saya ingat ketika itu kalau saya bertambah satu daripada istilah digunakan adalah GST boleh menjimatkan, boleh menambah pendapatan negara blah blah blah pertama kita pada ketika itu sedangkan orang dekat jual goreng pisang anda apa yang saya dapat di sini? Jadi kalau contohnya kita ubah ayat tu GST akan menambah pendapatan penjual goreng pisang. Mungkin penjual goreng pisang akan bagi support kepada GST ketika itu. Sedangkan kita kena ingat penjual guna beri satu dari momokkan oleh pihak pihak yang tidak setuju dengan GST ini bahawa GST akan menghakis keuntungan mereka GST akan menyebabkan mereka pula apa ni akaun mereka di check oleh kerajaan dan sebagainya kan?
AM: <i>Selain daripada istilah dan outreach yang menyumbang kepada kelemahan penyampaian ini, ada tak faktor lain, contohnya macam satu sentimen yang dicetuskan oleh pembangkang ni. Dia pada mulanya dia membanjirkan fakta fakta palsu kan yang penyelewengan maklumat dalam media sosial dan menimbulkan sentimen yang negatif kepada GST. Jadi saudara rasa sentimen itu ada menyumbang tak? Kalau menyumbang macam mana perlu tak kita masukkan dalam pemantauan selepas 6 bulan ni macam saudara cakap.</i>
I-2: Ada memang sentimen itu sangat menyumbang kerana yang pertama sekali adalah mereka yang menentang. Ini adalah mereka yang terlibat dalam pelaksanaan sistem itu sendiri. Contohnya berniaga. Contohnya mereka yang tergolong dalam kelompok orang tengah. Jadi mereka ini adalah kata orang dia orang yang akan menerima kesan. Ada orang kat luar sana dilaksanakan. Jadi apabila keuntungan ataupun hasil yang mereka perlu diperjelas diambil dalam bentuk cukai oleh kerajaan, sudah tentu apabila pembangkang masuk, mereka akan sampai apa yang pembangkang. Thank you.



**STRATEGI KOMUNIKASI KERAJAAN TERHADAP PELAKSANAAN
SISTEM PERCUKAIAN BARANG DAN PERKHIDMATAN
(GST) DI MALAYSIA**

**Transkrip Temu Bual
TEMU BUAL 4**

Penemuduga: Ahmad Maslan (Pelajar Phd Universiti Utara Malaysia)

Nama Informan: Informan 4

Jawatan/ Peranan Informan: -

Tempoh masa temu bual: 35 minit 9 saat

Akronim: AM – Ahmad Maslan

I-4 – Informan Satu

AM: *Saya Ahmad Maslan. Saya mengambil PhD UUM atas tajuk Strategi komunikasi kerajaan terhadap pelaksanaan sistem percukaian GST di Malaysia. Saudara adalah salah seorang informan atau responden kepada apa yang dipanggil dalam istilah, kaedah kualitatif. Dia satu lagi kaedah kuantitatif itu angka dan tabiat ini kualitatif ini kena temu bual mendalam. Jadi saya terima kasih banyak kepada saudara atas masa yang diberikan boleh? Latar belakang saudara di Jabatan X boleh cerita sikit*

I-4:

Pertamanya saya mengucapkan terima kasih kerana memberikan saya peluang untuk berkongsi dalam kata kerja tesis ini berkaitan Sistem GST. Sebelum saya pergi jauh pada sini lebih baik saya ceritakan tentang background diri. Start join background diri ya. Saya telah start dengan Jabatan X since tahun 0000. Nama saya, [REDACTED]. (Maklumat informan dirahsiakan). Last service sebagai pengarah. Kelantan. Masa GST nak di implement itu. Saya terlibat semasa saya lebih mendalam. Semasa saya berada sebagai Tmbalan Pengarah negeri Perak. Dan kalau Datuk ingat lagi sebuah buku berkaitan GST dilancarkan oleh Timbalan menteri pada ketika itu di PWTC. Siapa Yang melancarkan apa yang PM Datuk Najib PM Dato' Najib dah antara tahun. Ya. 2015 GST rasanya 2014.

AM: *Apa nama tajuk buku tu?*

I-4:

Pengenalan GST

AM: *Okey soalan pertama. Apa dan bagaimanakah strategi penyampaian*

maklumat dan penerangan semasa pelaksanaan sistem percukaian GST kepada masyarakat. Boleh cerita sedikit?

I-4:

Semasa kita melancarkan GST ni dibuat oleh Jabatan semasa itu dipertanggungjawab untuk GST ini. Kita ada beberapa kaedah penyampaian. Antaranya kita putus satu team dalam kastam untuk fokus kepada rakyat. Kita fokus kepada business sector. Penerangan kita banyak sikit pula. Melalui media pun ada ya media cetak sebagainya dan banyak forum perbincangan perbincangan dengan pihak swasta dan forum dan kita buat engagement dengan industri industri lain. Sebelum tetapkan dasar. Bagi yang peringkat negeri pula, mereka lebih kepada fokus kepada pengguna dalam usaha sektor sektor yang dikatakan register. Untuk mendaftar yang akan berasaskan GST mengikut sektor sektor yang ada. Berapa layer three layer dan maknanya daripada. Pengimport pun borong dan runcit dan jadi pihak pengguna pun kita buat kalau ikut pengalaman saya. Kita pun buat penerangan sampai ke masjid. Dan juga pada waktu itu kita pergi kepada semua masyarakat Kampung. Dan kita pernah buat di Perak. Semua kita panggil Umno bahagian bahagian daripada ketua bahagian semua untuk turun padang. Semua yang datang kita bagi taklimat supaya dia faham. Banyak cara atau training kita buat seperti Training of trainers di kalangan kakitangan jabatan kita. Usaha ini dibuat sekiranya kita nak pergi jauh kepada masyarakat. Selain itu juga kita turut mengada kan forum. Sehingga boleh dikatakan 99% masyarakat faham.

AM: *Apakah kandungan maklumat yang disampaikan dan adakah ianya berkesan kepada kumpulan sasaran dan apakah maklum balas daripada mereka?*

I-4:

Bagi sayalah 99 peratus orang menerima dan faham tentang GST kerana ia tidaklah sesuatu yang terlalu sukar untuk difahami. Orang yang tidak faham disebabkan oleh isu-isu politik yang mengganggu terutamanya dari pihak pembangkang. Saya pernah buat di Perak dan saya panggil semua pemimpin pembangkang. Tanya samada mereka faham atau tidak tentang agenda GST dan kesemua mereka mengatakan mereka faham. Kalau kata dia tak faham sudah tentu mereka akan bantai buat perarakan bantah GST. Kenyataan tentang GST juga pernah dimanipulasikan oleh F tujuan untuk mengelirukan pihak rakyat. Apa yang dapat dilihat, kita telah berusaha memberikan kefahaman kepada penduduk terutamanya di kampung-kampung berkaitan fakta GST

AM: *Apa saluran yang digunakan untuk menyampaikan GST?*

I-4:

Banyak saluran telah digunakan untuk menyampaikan GST dan yang paling popular adalah media sosial. Meskipun media sosial telah digunakan namun masalah yang dihadapi adalah pengikut masih kurang. Ini berkemungkinan content dalam media sosial milik kerajaan belum begitu menarik. Walaubagaimanapun beberapa platform lain digunakan termasuk email dan Facebook. Walaubagaimanapun untuk komunikasi dalaman, email digunakan secara meluas dalam dan antara jabatan.

AM: *Apakah kandungan maklumat GST yang sepatutnya dikongsi?*

I-4: Kandungan maklumat yang lengkap amat perlu untuk memastikan masyarakat faham akan model GST. Keperluan utama adalah keperluan-keperluan pendaftaran GST itu sendiri. Oleh itu penerangan secara berterusan hendaklah dilakukan secara berterusan. Selain itu juga orang awam harus dibekalkan slaid-slaid dan juga penjelasan berkaitan kepentingan pelaksanaan GST harus diselitkan. Informasi yang merangkumi kadar-kadar GST dan kesan kepada setempat dan kadar harga semasa kesan GST haruslah dimaklumkan kepada masyarakat. Ini termasuklah kalau dia pergi kedai minta resit ada tak tulis resit ada <i>charge</i> tapi tak tulis GST, jelaskan masa taklimat.
AM: <i>Apakah faktor kegagalan komunikasi pada masa itu?</i>
I-4: Pada tarikh 4 12 2018 saya telah berjumpa XX one by one. Saya bagitahu you are wrong sir tak sepatut berhenti GST tapi kadar diturun kan. Saya berani menyuarakan apa yang saya fikir sebegitu kerana saya telah pencen. Faktor utama kegagalan GST adalah XX tidak faham GST. Sepatutnya kita jangan lesenkan kedai runcit. Ini kerana kedai runcit adalah milik orang kampung, itu antara kelemahan GST. Faktor lain juga termasuk ada rasa orang hebat rasa GST dia punya. Kesan politik kena jaga. Masalah lain juga dilihat apabila pegawai kita tak jaga org kampung
AM: <i>Apakah cadangan yang sepatutnya diambil untuk memastikan GST diterima semula</i>
I-4: Pertama maklumat kena lengkap harus lengkap dan tepat tentang GST. Banyakkan elemen-elemen oleh ITC. Maklumat perlu synchronize, pemimpin perlu fahami rakyat terlebih dahulu sentimen rakyat. Media sosial seperti blogger perlu diperluaskan Ambik leader bagi taklimat kepada mereka dengan harapan mereka akan menjelaskan kepada anak-anak buah mereka



STRATEGI KOMUNIKASI KERAJAAN TERHADAP PELAKSANAAN SISTEM PERCUKAIAN BARANG DAN PERKHIDMATAN (GST) DI MALAYSIA

Transkrip Temu Bual Temu Bual 7

Penemu duga: Ahmad Maslan (Pelajar Phd Universiti Utara Malaysia)

Nama Informan: Informan 7

Jawatan/ Peranan Informan: -

Tempoh Masa Temu bual: 27 minit 22 saat

Akronim: AM – Ahmad Maslan

I-7 – Informan 7

AM: *Datuk pernah membantu pelaksanaan GST dan komunikasi kerajaan. Boleh ceritakan latar belakang dan cerita sedikit perancangan Datuk semasa tu? Bagi nama penuh dan jawatan ketika 2014 dan 2015 juga.*

I-7:

Terima kasih, Tokmat. Nama saya [REDACTED] (maklumat informan dirahsiakan) ketika tempoh 2014 dan 2015. Saya adalah Timbalan Menteri [REDACTED] (maklumat informan dirahsiakan). Jadi isu berkaitan dengan GST ini kita bincang dalam mesyuarat di mana oleh kerana kita tahulah penerangan ini dia ada dua, sama ada penerangan secara bersemuka ataupun penerangan secara online. Jadi apa yang kita buat kalau secara bersemuka ini, face to face ini. Maksudnya kalau di luar bandar biasa lah dulu kita tahu apa isu-isu yang kita nak buat pun kita menggunakan wayang pacak dulu dan watan kebenarannya akan masuk tu. Dia akan masuk setiap kampung, dia akan pasang dan ini kita laksanakan. Pasal pejabat penerangan ini kita ada di setiap negeri. Dan di setiap negeri dan daerah dan berkaitan itu dari segi peranan secara bersemuka. Apa itu GST rasa kepada dia orang begitu satu benda baru kan GST ni apa dia? Adakah ini satu makhluk pasal dia tak pernah dengar terutamanya di luar bandar. Jadi kita gunakan kita engage semua pegawai penerangan untuk memberi taklimat kepada masyarakat di luar bandar itu secara bersemuka dan manakala melalui online di setiap pejabat penerangan, saya telah menyediakan pusat komuniti. Jadi kita ada dia macam ni. Yang penting apa ni? Pusat Internet desa dipanggil PID, pusat Internet desa di setiap pejabat penerangan. Jadi di situlah kita jemput masyarakat di luar bandar terutamanya datang dan penerangan diberikan. Apa itu maklumat? Maklumat kerana masa itu Datuk Seri Mazlan adalah menteri kewangan. Jadi kita ambilkan download dan mereka dapat melayari daripada Facebook, Facebook yang ataupun masyarakat kita tentang GST ini yang kita buat penerangan bersemuka dan juga penerangan secara online.

AM: <i>Bagaimanakah pandangan dengan kandungan maklumat yang hendak disampaikan oleh kerajaan, berkesan ke kempen penerangan cukai GST pada tahun 2014 dan 2015?</i>
I-7: GST ni baik untuk negara, sistem yang cekap dan banyak negara guna. Tapi bila kita kenalkan dasar GST ni. Macam macam pandanganlah yang kita dengar daripada masyarakat terutamanya. Mereka rasa dipaksa dan berfikir adakah ini akan memberi bebanan kepada mereka dan sebagainya. Tapi saya rasa ketika itu apabila penjelasan, ya, saya lihat sendiri macam Datuk Seri Ahmad Maslan ketika itu memegang jawatan sebagai ketua, peranan dan pada masa yang sama adalah timbalan menteri. Dan dengan gerakan yang telah diberikan di setiap terutamanya untuk ahli ahli parti amat jelas apabila Datuk sendiri turun ke setiap bahagian bahagian dan juga negeri untuk memberi tetapi untuk masyarakat di luar sana seperti yang saya nyatakan tadi lah kita terpaksa menggunakan pihak ketiga, iaitu Jabatan Penerangan sendiri menyebarkan maklumat dan sebagainya. Dan mungkin pada ketika itu mereka rasa alamak ini apa ini? Adakah dengan harga GST ini dengan pengguna? Gaji isterinya akan memberikan harga yang lebih tinggi. Dan adakah dengan GST ni akan menyebabkan harga lebih murah? Inilah persoalan yang timbul ketika itu. Tetapi pada masa itu, selepas beberapa tahun, saya rasa selepas beberapa pelaksanaan dengan mereka tidak ada masalah tentang GST. Malah pendapat saya ia mampu menurunkan inflasi.
AM: <i>Bagaimana dengan peranan radio dan TV?</i>
I-7: Ya itu tadi saya sentuh tentang bersemuka dan online saja itu kerana dari segi media ni, dia ada dua. Media tradisional seperti TV dan juga radio dan yang kita kerana media tradisional ini TV dan radio no dia punya reach to mungkin sampai terutamanya kepada di luar bandar kerana dari segi, ya lah dia ada dua sama ada dia conventional dia ataupun penggunaan satelit dan sebagainya. Tapi dengan online mungkin kita ada sedikit kekangan kerana ya lah tak setiap tempat di pelusuk luar bandar itu tak ada coverage. Tapi alhamdulillah. Saya ingat dengan pelaksanaan strategi yang berkesan benda tu sampai. Tapi dari segi penerangan melalui TV dan radio biasanya ada slot slot. Ingat saya rasa Dato pun biasa keluar nanti. Tak ada dah beri penerangan dan saya rasa penerangan yang diberikan adalah jelas dan rakyat faham itu melalui TV terutamanya RTM pada kita RTM, MKN, KKM dan juga TV swasta yang berkaitan dan rancangan bual bicara biasanya Datuk keluar. Jadi benda tu jelas kepada masyarakat. Itu hanya untuk TV tapi dengan radio pun ada. Jadi maknanya kata di kawasan kawasan yang tidak dapat siaran TV mereka dapat mendengar melalui radio. Jadi maknanya itu yang saya tekankan tadi. Dari segi media konvensional tradisional, TV dan juga radio memainkan peranan untuk menyampaikan GST ini.
AM: <i>Bagaimana Dato, kenapa agaknya GST lihat negatif daripada pelbagai sudut dan sehingga menyebabkan dibatalkan pelaksanaan daripada oleh kerajaan baru dua bulan?</i>

I-7:

Dia pada saya senang saja itu. Pada mulanya apabila mula mula macam Datuk ialah kerajaan ketika itu di bawah pimpinan Datuk Seri Najib memperkenalkan GST pelbagai ulasan dan komen negatif yang dikeluarkan. Tapi selepas pelaksanaan tersebut kita nampak keberhasilannya. Jadi untuk kerajaan baru ni untuk meneruskan apa ni agenda kerajaan lama tu pada dia orang seboleh bolehnya dia orang akan menyebabkan agenda yang lama itu diberhentikanlah kerana dia orang tidak mahu meneruskan kejayaan agenda yang lama. Jadi sekarang terbukti. So saya ada lagi ke semua politik soal politik? Ni soalnya politik tu sekarang ni dia orang pula nak laksana kan. Sedangkan pada awalnya ialah video Dato dia main kawan 5 kali je kan nama tu dia kata ni saya nak saya pergi Sarawak pun dia kata dia komen and then you okey.

AM: *Okey. Yang last apakah cadangan Datuk untuk memperbaiki penerimaan masyarakat sekiranya GST dilaksanakan semula?*

I-7:

Penerangan berterusan yup penerangan berterusan engagement yup engagement kita kena akui tidak semua masyarakat di luar sana itu mereka faham tentang konsep GST lebih lebih lagi dalam keadaan ekonomi yang mencabar ya jadi diharapkan laa. Ke maknanya isu GST ni kalau dapat diterjemahkan secara saya rasa kalau kita secara teknikal mungkin agak keliru, mungkin at that point of time kita lebih kepada teknikalnya. Tapi sekarang ini kalau secara layman, mungkin dari segi absorption dia orang tu acceptable pun lebih mudah. Tu penggunaan dan istilah yang ya pengisian semudah kerana kita kena ingat peniaga peniaga di luar bandar terutamanya especially di Kelantan, di Terengganu kan dia orang ni yalah, kais pagi makan pagi kais petang makan petang. Pada dorang GST ni dia tak ambil kira ya. Tapi sebenarnya kalau dia faham betul betul konsep ini, insha Allah dan lebih lebih lagi kepada SSM E dan sebagainya. Benda penting itu. Jadi pada saya, penerangan secara ringkas ataupun yang lebih difahami, mudah difahami. Insha Allah dapat membantu pelaksanaan ini. Pasal pada saya GST ini penting dan ia telah membuktikan bahawa ia membawa kebaikan kepada negara. Ya so we should stop thank you terima kasih no problem tu. Tak perlu di sana tu is why is yang prinsipal ni betul, Daripada pengalaman sayalah ya saya dengar. Selain itu menjaga TV, menjaga surat khabar, menjaga SKM. Untuk ayat sebenarnya dia tak ada masalah. Tak ada GST dari segi peranan itu masalah itu media sosial dikuasai mereka di Malaysia kini. SKS dan sebagainya. Tak tahu susah saya nak control dia orang tu. And then walaupun kita tutup lain dia buka. So ini engagement engagement. Tapi kalau Datuk engage especially yang belia belia sekarang ini. Kita lebih. Kalau kita kata benda ni, saya pernah tanya kepada orang lain.

AM: *Saya nak tanya Datuk ke pendapat Datuk, kalau kita nak kawal yang lukis dulu semua tadi kita letak sedikit. Orang kata penguatkuasaan undang undang macam mana?*

I-7:

Katanya. Jgn jadi orang tanya saya. Saya jawab la ya lah tak ada orang panggil discussion dengan saya. Saya beritahu dia orang sebenarnya dulu masa zaman Tan Sri dia sebagai XXX. Saya di saya yang buat atau Komunikasi dan Multimedia dulu. Jadi bila kita nak buat pindaan masa tu NA menteri ya saya je pun masa itu dengan

XX jadi saya bentang. Jadi berapa set lagi? Saya akan hantar meja bergaduh dengan KK dapat ai pergaduhan saya. Dia cakap lain milik my my learned friend my brother yang saya peroleh ini dengan sosial media. Sekarang kita nampak banyak sangat tulis macam macam kontrol untuk berkaitan kawalan sendiri ini. Susah kita punya kursus ni kan? Kita bagi contohlah itu macam erat. Demi sekarang ini kita kata ialah tidak ada beberapa kuarantin dan sebagainya. Tapi macam mana kita nak tahu orang sebelah ni tak ada penyakit dan sebagainya? Kawalan sendiri masalah, jadi saya pernah utarakan kita pinda akta itu kita buat strict liabiliti, maybe orang tak setuju. Nampak tak setuju dengan saya. Saya cakap dengan diri ini bila kita tekan berapa ni something dekat online memang kita gunakan akal, takkan kita tersalah tekan duduk. Kita datang berurut ke jam takkan kita beritahu encik kejam paling tak ada apa dia ya. Intention so maknanya kita satukan dia saja dekat dia. Apa ni Internet ini sebagai pisau kalau guna berapa okey kalau tak boleh kita mengguna. So kami begitu juga kalau kita nak buat is all about penguasa penguatkuasaan sahaja. So sekarang ni MCMC kena bukan saja MCMC dan semua lagi agensi agensi lain lah kan Jakim ke siapa ke apa penguatkuasaan terpenting. Pasal dari segi interpretasinya itu yang masalahnya bukan masalah. Kalau kita nak ambil dia boleh ar main tapi sama ada kita bersetuju untuk menjadikan dia sebagai selebriti itu cabaran kita. Kalau di US ya waktu bila dia orang menang masukkan masuk semua pasal dia orang tu bila ada akta ini daripada dia orang free speech. Ha jadi adakah kita nak hidup ya? Jadi sepatutnya kita kena ada akta berita tidak benar. Akta multimedia ni kena ambil sikit masukkan strict liabiliti. Zaman dulu lain sekarang ini. Insha Allah. Selebriti mana strict liability tanggungan keras di US ada so makna you tak boleh juga aku eh. Saya tak ada intention nak nak bila dia tak itu memang boleh intention sangat setuju. Saya memang sekali penting hentak kerja dengan saya bergaduh. Tapi AZ nanti setuju dengan saya. Saya setuju dengan kata saya idea yang bagus tapi masa tu dia tak nak buat. Oh boleh tak nak encik dia dah nampak macam ni. Dia tak fungsi daripada situ. Kalau masuk benda tu Tok, mana boleh dia keluar macam penipuan berleluasa ni. Macam mana kita nak kontrol, nak prove elemen tu payah tu. Adakah orang tulis dengan a good faith? Tak juga. Cuci hati. Macam mana kita nak prove hati? Hati masalahnya contoh macam si ini. Contoh SQ naik motor lepas tu cerita macam macam pasal HRX. Macam mana kita nak prove? Ini kata tender runding, terus kita dia tak sebut tender runding terus kepada siapa dia anak syarikat VW yang membantutkan tender ni dia tak sebut. So intention tu intention jahat sebenarnya kan? So kita yang kena proof jahat tapi dia boleh denied all this one. Tapi apabila kalau kita keluarkan satu elemen Amir pasal sekali dalam Akta Komunikasi Malaysia no censorship. Seksyen 3 tutup muka saya yang buat tu Seksyen 3 atau komunis sebenarnya no censorship on Internet. Aspek itu tak ada buat apa dia nak tutup chair? Pada saya kata bukan saya buat dulu arahan masa itu siapa itu sebelum tukar 1998 sibuk sibuk Tun masa itu. Untuk yang mana buat tu pasal dia macam macam boleh buat. Tapi bila Tok K sikit ada itu yang saya nak ambil tapi dia tak setuju, tak setuju saya ingat lagi. Itu saya tanya profesor kat U tu, dia kata kita akan meningkat kebebasan bersuara dia kata. Tak boleh tapi dia dia akademik. Dia bukannya hal politik politik ni tanggungjawab MN. Tapi kalau daripada tu kan aku bersuara, dia lebih kepada itulah paling kepada interpretasi kebebasan suara macam begini. Mesti ada had kebebasan susulan usia dah tak boleh simply cakap apa-apa ya. Tapi masalahnya itu kebangsaan sekarang bersuara platform ini ya itu yang saya kata kena tengok balik atau itu perlu kita buat kes study dulu dari segi percentage buat apa yang gini gini dan make it mandatory no choice. Kalau tidak negara ini tunggang langgang. Kalau orang ini boleh cakap orang ini

orang ini cakap ini mungkin orang tak setuju dengan saya. Tapi inilah cara ni pasal kita nak tengok lebih lebih lagi undi 18 itu.

Yang macam JSPR itulah kembali berdiri. Kita cakap begini dia orang cakap ni. Ya asalkan menguntungkan politik dia orang dapat dapat dia contoh okey sebagai contoh ya nak hapuskan najis. Muka dah nampak apa yang orang tak sempat dia nak ganti dengan apa dia. Kan macam mana penceramah GST nombor sen ni tak bagus maka kita akan tukar pada GST 10 persen. Ya ingat bukan nak menyokong dia. So saya tahu dulu masa saya nak implement the percent hotel coach saya panggil minta banyak kali dengan tuntutan gila. Pada dia go back tu six persen. Rasa dulu background. Saya ... saya dulu sebelum saya masuk menteri. Terima kasih saya kat SLC 15 tahun saya 15 tahun saya buat hantar Komunikasi dan Multimedia nombor siri nombor saya 00. Jadi maaf kerana kamu dulu sebelum tu saya daripada Suruhanjaya R saya pada ramai orang daripada kerajaan yang masuk politik. Kita beli lah ya Datuk daripada seorang. 2 PTL benda kita terima mereka. Classification knowledge tu kena ada lah tu yang dia orang cakap yang tahu macam ini saya juga lepas tu saya buat. Cikgu nak tahu sangat elok belas tahun tu 00 yang sama dengan saya ramai. Tinggal lah pasal dia orang ni. Sebenarnya dia orang daripada Jabatan Telekom Malaysia. Diserahkan penubuhan Suruhanjaya. Daripada KKK diserapkan pasal kita jaga kita kawal selia kita punya role SPM naik promoter, promoter industri dan regulator regulator jatuh dekat dia lah semua iaitu daripada atas bawah semua. Dengan anak kecil untuk semua kita buat. Jadi broadcaster ini kita buat tinggi SKM eh saya encik tengok pasal COO so and that sebelum saya masuk tu bos suruh saya masuk. Saya patut CEO Telco. Konsultan Eng. Okey itu aja lah pandangan saya.





STRATEGI KOMUNIKASI KERAJAAN TERHADAP PELAKSANAAN SISTEM PERCUKAIAN BARANG DAN PERKHIDMATAN (GST) DI MALAYSIA

Transkrip Temu bual TEMU BUAL 11

Penemu duga: Ahmad Maslan (Pelajar Phd Universiti Utara Malaysia)

Nama Informan: Informan 11

Jawatan/ Peranan Informan: -

Tempoh masa temu bual: 30 minit 20 saat

Akronim: AM, Ahmad Maslan

I-11, Informan Sebelas

AM: <i>Sila perkenalkan diri anda</i>
I-11: Saya [REDACTED] (Maklumat informan dirahsiakan)
AM: <i>Okey. Inilah flashback 2014 15 bagaimanakah keberkesanan kempen penerangan GST kepada anda?</i>
I-11: Bagi pandangan saya kempen satu saya lihat GST ini adalah pertama kalinya cuba dilakukan dan diwujudkan di Malaysia. Jadi secara keseluruhan. Yang penerangan tentang cukai GST adalah. Dalam skala Yang. Kalau boleh saya letakkan sederhana.. sederhana sebab banyak perkara perkara macam benda benda baru y ang tidak begitu jelas. Pelaksanaan dia punya penerangan sehinggalah dilaksanakan kepada. Tarikh yang dilaksanakan pada ketika itu baru kita tahu. Oh macam ini pun GST. Yang mendapat saya jadi untuk soalan nombor satu. Keberkesanan kempen penerangan cukai GST kepada saya pada tahun 2014 Dan 2015. Tidak begitu memberangsangkan ada tetapi tidak agak sederhana.
AM: <i>Daripada saluran apakah anda mendapat maklumat tentang GST Dan apakah contoh kandungan yang dikongsi?</i>
I-11: Pada 2015 saya mendapat maklumat terjadi GST pertamanya. Sudah tentulah masa ITU sudah ada media sosial kita. Facebook, YouTube Dan juga saya mendapat

maklumat di.TV Dan juga.Media cetak.Kepada kita di kandungan kandungan diterima satunya Yang selalu melekat kepada saya pada ITU.Diuar uarkan bahawa cukai ini adalah cukai Yang paling berkesan dapat mengelakkan daripada aktiviti ekonomi black ekonomi.Yang mana ketika ITU?Mengatakan bahawa hampir saya ingat.Kalau Tak Salah sayalah lebih kurang 30 bilion ekonomi gelap dapat diselamatkan Dan apabila kita melaksanakan GST secara berkesan dan lebih efisien dan boleh menurunkan inflasi.

Lagi satu, hampir ini seluruh dunia guna GST melekat pada pemikiran saya habis 180. Negara di dalam dunia ini telah melaksanakan GST.Jadi itu kandungan Yang saya terima Dan saya dapat. Dan juga satu lagi ialah.Bila black ekonomi NI kita dapat kurangkan jadi.Kutipan Yang dah Yang diterima oleh Kerajaan dapat membantu rakyat iaitu ITU antara contoh kandungan Yang saya terima.

AM: *Adakah maklumat isteri dikongsi dan disebar kepada rakan lain atau staf di bawah pentadbiran?*

1-11:

Bagi pihak saya, saya berkongsi selaku saya bekerja di ibu pejabat XXXX ketika itu.Kita masa itu membantu pihak penerangan XXXX Malaysia untuk menyebarkan sebagaimana banyak bahan bahan yang kita dapat.Kepada pihak sumber Yang sah daripada Kerajaan untuk saya kongsi di kalangan rakan rakan dan juga.Er.Saudara Mara.

AM: *Adakah Seorang media sebelum membantu?Perkongsian anda.Media sosial.Berbanding pembangkang dan Kerajaan?*

1-11:

Mudah saja sebenarnya kalau bagi saya saya selaku.Orang yang berada di pihak media dan penerangan XXXX saya agak memahami.Er.Er memahami tentang keperluan untuk melaksanakan GST tersebut.Bagi saya. Tapi cumanya.Ha bila melibatkan harga GST ini melibatkan harga.Bila membuatkan harga saya rasa pembangkang pada ketika.Telah berjaya memanipulasi.Memang Polis memanipulasikan.Isu GST.Ditambah lagi pada ketika itu.Kita ada beberapa isu lain.Contohnya kalau bersua sini ialah Isu 1MDB.Yang mana GST telah membantu pihak pembangkang untuk berjaya untuk me spinkan.Er disangka nampak Tak nampak.

AM: *Kalau penguasaan media sosial kerajaan dengan pembangkang pada ketika itu ada beberapa persen mereka berapa percent kita?*

1-11:

Saya rasa kalau masih diisi masa itu ialah 70 ke 30 pembangkang, 30 kita. Bagi saya sebab mudah saja mudah bagi saya satu ialah bila ia meuar uarkan satu GST dia berjaya mepinkan contohnya GST adalah cukai yang berganda. GST ini adalah untuk Kerajaan mengutip. Wang untuk menutup skandal 1MDB masa itu. GST ini antara yang begitu permudah di kempen pembangkang. Masa itu yang saya rasa berjaya berjaya melengkapkan kepada pemikiran rakyat kepada kita ialah bagaimana ketika itu untuk menampung perbelanjaan mewah pemimpin Kerajaan ketika. Jadi benda benda emosi ini sebenarnya sebenarnya pembangkang bukan berjaya tu. Dia berjaya persepsi emosi kepada rakyat.

AM: *Apakah faktor-faktor GST kurang mendapat sambutan sehingga tempat talkan pelaksanaan?*

1-11:

Faktor pertama saya satu ialah kempen kempen kita yang agak tidak berapa jelas tapi dia sebabnya sebab benda itu baru ya itu satu kempen yang nampak jelas. Yang keduanya GST ni saya kurang faham sehingga sekarang. Kenapa dia dikeluarkan dia nampak macam dia dia dia dikeluarkan daripada setiap pembelian barangan. Tapi kita contoh. Bila kita pergi kedai membeli satu saya selalu bagi. Di kedai spare part nak beli minyak minyak, minyak kereta eh kita akan pergi kedai tu dia akan cakap harga minyak ni RM 100 eh belum masuk GST lagi ya. Oh ini bermaksud jenis jadi sebagai pembeli atau rakyat saya dapat fikir masa tu emosi rakyat kata eh. Ini adalah satu cukai tambahan kepada mereka. Sedangkan walhal dia kena masuk lah ya walhal saya yakin saya yakin. Segala GST pada ketika itu tidak ada lagi perkara berlaku. Rakyat Tak kisah pun sebab saya tak nampak pun peningkatan ketara. Er. Kenaikan harga barang pada kita. Contohnya kalau katakan minyak tu 100 nak masuk jadi tak 106 kenapa saya tak beralih? Kita beli barang. Peniaga pada ketika itu saya tak tahu sama ada sengaja atau. Tak sengaja dia kesan dia akan cakap. Ini berapa RM 50 RM 5 untuk GST lagi tahu. Jadi setiap Kali pun dia bagitahu itu makna kita rakyat di bawahnya rasa ada satu. Bebanan tambahan baru kepada mereka untuk membayar cukai. Jadi itu saya rasa satu yang sebabkan tidak mendapat mendapat sambutan ni dan juga juga kempen kempen kita mungkin tidak dibuat secara. Secara mudah saya Tak tahu boleh buat secara mudah atau tidak. Tapi kita kan macam saya percaya apa ni. Adakah sebelum ini kita kata GST ini berkesan? Ada juga barang barang yang ini. Tapi bila jadi dia pelaksanaan itu yang mengatakan bahawa diasingkan harga dengan cukai itu. Jadi itu rakyat merasakan satu bebanan baru kepada mereka.

AM: Okey apa kata anda untuk perbaiki penerimaan? Satu langkah sekiranya GST dilaksana.

1-11:

Suruh saya rasa saya rasa kalau selepas ini kerajaan untuk mewujudkan balik GST, saya rasa dia tidak lagi sesukar sebelumnya. Okey lumrah manusia benda yang baru tu kadang dia agak terkejut. Bila terkejut tanpa penerangan yang begitu begitu. Begitu. Bagus dia akan jadi. Jadi satu emosi. Jadi saya rasa selepas selepas ini kalau kerajaan buat kempen satu. Perlulah ada kempen yang lebih tersusun dan juga lebih jelas yang keduanya macam saya, kata tadi itu. Kenapa perlu

diasingkan? Sedangkan saya pergi di beberapa buah negara yang telah mengadakan GST. Tak ada pemain Malaysia ni. Dia terus masuk ke dalam. Masuk dalam harga itu jadi. Kira tak kira yang inklusif. Jadi dalam pemikiran rakyat dia kata bukan tak ada cukai tambahan baru bagi mereka itu. Ha jadi saya rasa cadangan saya untuk membaiki penerimaan masyarakat sekiranya tidak sediakan untuk satu ialah satu kempen macam biasa. Kedua. Cukai itu sendiri mestilah dimasukkan direct kepada setiap harga barangan. Maka ada orang tu. Wah masuk duit raya lagi. Kalau ini begitupun saya boleh lagi ini. Okey okey. Thank you.





STRATEGI KOMUNIKASI KERAJAAN TERHADAP PELAKSANAAN SISTEM PERCUKAIAN BARANG DAN PERKHIDMATAN (GST) DI MALAYSIA

Transkrip Temu bual Temu bual 13

Penemu duga: Ahmad Maslan (Pelajar Phd Universiti Utara Malaysia)

Nama Informan: Informan 13

Jawatan/ Peranan Informan: -

Tempoh masa temu bual: 28 minit 13 saat

Akronim: AM, Ahmad Maslan

I-13, Informan 13

AM: <i>Sila perkenalkan diri anda dan 2014 2015 apa jawatan anda?</i>
1-13: Assalamualaikum [REDACTED] (Maklumat informan dirahsiakan)
AM: <i>Terima kasih kerana bersama. Bagaimana keberkesanan kempen penerangan cukai GST pada anda, berkesan atau tidak? 2014. 2015.</i>
1-13: Kempen perang hakikatnya kempen peperangan pada 2014 2015 ini kurang berkesan pada awalnya walaupun bermula awal tetapi nampak tidak untuk rakyat. Apa sebenarnya GST tu? Tapi dalam masa sama kita dah tahu kita nak buat tu berapa bulan bulan kan. Tapi awal awal memang tak ada kurangnya kempen itu maknanya kurang berkesan pada awalnya tetapi di peringkat hujung hujung baru nampak agresif kita buat kerajaan menurut kementerian kewangan. Sebab seminar buat. Pelanggan lah cuma benda itu Tak sampai kepada kelompok kelompok tertentu. Tapi yang kat bawah ini terutama di luar bandar memang tak memang tak gah. Memang kerajaan negeri seperti mana hanyalah sederhana sederhana lah.
AM: <i>Apakah saluran? Daripada saluran apakah anda mendapat info GST? Contoh kandungan yang diterima lebih kurang lah</i>

1-13:

Okey, saluran TV terutamanya lah lepas itu di media sosial dan di tepi jalan jalan dulu ada kita apa nampak kementerian keluarkan tapi benda itu. Ya lah dekat billboard tepi orang sekali pandang je kan tidak mendalam jadi tak tau apa pasal ada satu pihak lagi telah menekankan GST akan membebankan rakyat GST kah jadi macam itu.

Maklumat itu dikongsi dan disebar dan di berada bawah staf kanan ini semestinya sebab kita nak semua orang faham dan kawan kita di pejabat faham

Dan kita di masa 2014 itu kita sebagai media kepada parti. Mestilah nak kita boleh sebarkan kepada orang lain kepada mak bapak tu Kat mana jadi benda itu memang kita kongsi dengan kawankita yang kita dapat daripada terutama ini. Masa itu 2014 ada Seorang ketua penerangan yang agresif dan satu kan jadi benda itu kita dapat kita ambil. Kita sembang pasal benda itu penting pasal. Okey kita sebagai staf peribadi mestilah nak balik itu. Okey.

AM: Adakah saluran media sosial membantu pemahaman Dan perkongsian anda ketika GST dilaksanakan media sosial?

1-13:

Okey media sosial seperti FB seperti FB dan Twitter. Dia cuba membantu pemahaman untuk untuk kita untuk eh. Banyak. Betul lambat benda tu lambat lambat jadi. Tapi dalam masa sama kita cerita kebaikan kebaikan boleh kurangkan harga ni. Masa itu Timbalan menteri kewangan menulis cakap kita apa dah dia akan bantu apa kurangkan tapi kita faham ada satu pihak menggunakan isu ini untuk. Yakinkan rakyat di media sosial, di T akan bebaskan rakyat sehingga timbul kempen demonstrasi mengajak kepada jadi rakyat. Nampak benda itu akan nampak buruklah jadi. Media sosial cuba membantu. Tak semua orang nak dan tak ramai masa tu yang orang luar bandar pun. Faham lah tak ada susah kan bila daripada

Dari sudut peratusan agak-agak antara pembangkang dan kerajaan berapa nisbah penguasaan.

Peratusan lebih kurang 30% pemegang kerajaan manakala 70 peratus adalah pembangkang. begitu memang ada pihak dalam kita, dalam kerajaan sendiri pun masa itu. Tak faham konsep GST di peringkat bahagian. Bahagian pun tak mampu. Nak terangkan pula padat di bawah pula ni itu realiti. Okey.

AM: Apakah faktor yang anda fikir menyebabkan dia rasa kurang mendapat sambutan sehingga dibatalkan? Pelaksanaannya?

1-13:

Yang ini memang sangat jelas. GST dipolitikkan ketika itu. Satu masa itu mengatakan bahawa di GST membebankan rakyat itu. Punca utama dan akhirnya benda tu dijadikan bahan kempen PRU 14 menang GST kita akan mansuhkan dan ditakdirkan kalah. Buatlah benda itu. Jadi pada awal ini rakyat nampak. Wah bagus. Dia orang ni batalkan. Tapi dia orang terlupa bahawa. Satu duduk katanya, hampir keseluruhan dunia melaksanakan GST. Malah Indonesia lebih tinggi

daripada kita. Tapi ya lah kita penerangan kita Tak cukup masa itu untuk yakinkan rakyat. Komunikasi lah ya komunikasi memang komunikasi mainkan peranan lah ya?

AM: *Apakah cadangan anda untuk memperbaiki kepada masyarakat sekiranya sekiranya GST dilaksanakan semula, Apa agaknya cadangan cadangan?*

1-13:

Paling penting mesti turun bukan daripada atas. Kita kena turun daripada bawah itu bagi pelanggan itu mesti start dekat bawah mesti mesti sebenar jentera untuk menerangkan itu mesti Tak macam dulu lah. Boleh datang atas sampai bawah. Orang pun tak boleh nak terangkan macam boleh kena start daripada bawah poster poster Flyers tu mesti digunakan. Masih boleh ya? Mesti digunakan lagi terutamanya dekat kampung. Kampung ni pemimpin pemimpin mesti turun Tak adalah jangan jadi macam dulu lah. Itu pun orang tanya. Tak boleh awak Santi memang Tak jawab saya dari segi kita kan kita yang bertanya masa tu pun. Nak cakap pun pemimpin. Mana kita pun tak buat apa nak buat apa dalam eh lepas tu nak harapkan. Ketua penerangan itu nak timbalan menteri kewangan itu Tesco lepas tu orang menjadikan lah terus terang masa itu orang orang menjadikan itu pantai jadi jadi jadi badut sahaja. Baharulah apa jadi benda itu orang nak mempertahankan tak ada orang bukan nak orang sepatutnya bertahan pun nama. Itu yang menyebabkan gagal dan benda ni macam mana untuk membaiki benda benda tu. Kena betulkan dahulu terutamanya daripada parti kita nak menang macam itulah. Media sosial mesti diguna sepenuhnya, mesti digunakan sepenuhnya sekarang ini dengan adanya tiktok adanya apa tu real siapa itu mesti digunakan dulu dulu terlampau selain sangat Blogger blog blog ini. Susah sikitlah Dan mesti guna satu lagi, bukan sahaja orang politik yang bercakap untuk saja GST ini kena guna guna orang orang apa angka tentang Abit liew orang tokoh tokoh perniagaan yang kena cakap benda ini. Pas sedia digunakan terutamanya ni lah kan memang berpolitik benda tu lah.



**STRATEGI KOMUNIKASI KERAJAAN TERHADAP PELAKSANAAN
SISTEM PERCUKAIAN BARANG DAN PERKHIDMATAN
(GST) DI MALAYSIA**

**Transkrip Interview
INTERVIEW 14**

Penemu duga: Ahmad Maslan (Pelajar Phd Universiti Utara Malaysia)

Nama Informan: Informan 14

Jawatan/ Peranan Informan: -

Tempoh masa temu bual: 58 minit 31 saat

Akronim: AM, Ahmad Maslan

I-12, Informan 14

AM: *Apa khabar Datuk. Saya Ahmad Maslan, sekarang ni sedang buat PhD. Tujuan jumpa ni nak buat temu bual sikit teng pengalaman Datuk semasa pelaksanaan GST dulu. Boleh cerita sedikit latar belakang Datuk dan perancangan kerajaan semas nak perkenalkan GST dulu.*

1-14:

Saya mula bekerja, berumur 24 25 tahun. Selepas keluar daripada Universiti Kebangsaan Malaysia, saya mengajar sebagai guru sambilan. Untuk setahun. Terdapat banyak tempat saya bekerja. Tapi, orang India ni dia lain sikit. Kalau kerja kerajaan bapa sayalah suka. Kalau swasta kurang sikit

Saya ni asalnya dari keluarga penoreh getah. Bukit Serampang. Tapi tempat tu skg ni dah tanam sawit. Saya melanjutkan pelajaran dan masuk universiti dan lepasa grad jadi guru, kemudian kastam. Saya banggalah kerana selepas masuk kastam ini, kemudian ada rezeki jadi ketua pengarah Kastam Tak pernah dalam sejarah orang India jadi KP Kastam.

Jadi KP Kastam for first time berapa lama datuk. Untuk mengendalikan GST itu. Saya nak ucapkan terima kasih YB sendirilah with the face of GST lah.

Datuk dari segi government you know very interesting experience. Kalau kalau kita lihat kembali Kan. Masa itu Datuk tiket bn. Saya pengarah GST. KPJKPKJP. Pengalaman. Bersamalah dengan yb. Boleh tulis buku lah. Ini saya nak tulis tesis dulu. Kalau kita tengok ya. di negara lain .Sebagai contohlah India kita pergi dekat 10 Negara atau untuk kajian. Jika India rakyat miskin ini dia welcome GST. pasal apa rata-rata lah bukan semua tetapi rata rata dia welcome memberikan dia tahu dia akan mendapat faedah. Ya kadar dia paling tinggi sekali 8 peratus berbagai bagai jenis. Jadi tapi dekat sini. Momen kita cakap GST bahawa 6% dah bising tapi bagi saya yb mungkin Salah satu kesilapan Yang kita buat. Rate tu tinggi.

AM: <i>Okey saya pergi ke soalan tajuk saya spesifik komunikasi ya komunikasi satu lagi spesifik dalam komunikasi. Media sosial ya tapi soalan saya pertama apa dan bagaimanakah strategi penyampaian maklumat dan penerangan? Termasuk pelaksanaan sistem GST kepada masyarakat.</i>
1-14: Kita ada melantik satu Syarikat komunikasi world communication. Mungkin Syarikat tu mungkin tak ada kebakaran sepenuhnya. Jadi. Saya masih ingat lagi mereka. Harapkan ke jabatan jabatan kerajaan. Masalahnya bila kita turun padang sebagai contoh pihak kastam perlu beri penerangan pengalaman saya. Saya pernah turun Terengganu. Kelantan negeri-negeri Pantai Timur. Banyak tempat lagi lah Sabah Sarawak. Mereka melihat pegawai Kerajaan ini sebagai kita ini. Kita ni agensi kerajaan Kita yang akan melaksanakan GST Ya. Bila kita bercakap? Pasal komunikasi, aspek komunikasi. Penerimaan masyarakat tak begitu baik kerana. Konflik of interest. Seeloknya. Penerangan itu harus datang daripada org yang tiada kaitan dgn GST. Agensi yang akan melaksanakan GST sendiri turun padang sendiri. Itu saya rasa satu kegagalan. Dan syarikat itu takde kepakaran teknikal. Dia banyak mengharap kan kita dengan content kastam dan bahagian cukai MOF banyak bantu. Di situ ada kelemahan sedikit kalau kerajaan nak laksanakan semula kita perlu gunakan sepenuh. Saluran saluran.
AM: <i>Adakah kandungan maklumat disampaikan kepada kelompok sasaran? Adakah ia berkesan serta nyatakan perancangan komunikasi terutama media sosial.</i>
1-14: Rata-rata maklum balas rakyat rata-rata jumud. Saya masih ingat lagi saya kata semasa memberi taklimat di terengganu Kenapa kita nak melaksanakan GST selalu cakap ianya baik untuk negara. Lagipun hasil petroleum ini akan habis. We predict resources kita perlu ada penggantian satu margin dia tanya bila minyak habis. Tak tahulah ikut kita punya result. 20 30 tahun kalau tak jumpa telaga telaga baru. Tapi akan jumpa kan? Oh ni tanya kita balik. Eh. Pensyarah makna wanita tersebut dia macam calonlah. Okey. Tapi kenapa nak laksanakan? Cukuplah minyak habis dulu. Naik tak boleh jawab. So you know? And then satu lagi perkara. Rata rata rakyat Tak faham ada cukai yang mereka bayar sebelum ini sSt servis teks dia nampak sebab ada ada dalam 6%. Berada dekat peringkat barang tapi dia tak nampak tak nampak tak nampak tak nampak. So how to play this ? Itu challenge. ya dan kita ini so busy nak prepare gst Isunya ialah satu kepakaran tak ada. Pegawai kita. Bukan itu kerja mereka sebelum ini Kan train train train. to be speakers ya APA NI confronting p publik. Kalau nak cakap pasal. Teknikal aspek bolehlah. kan so mcm mane penjelasan dengan peniaga... peniaga rata-rata faham sebab tu sampai hari ni FMN semua sokong. Peniaga we have no issues at all. Yang perlu kita tangani ialah masyarakat umum dan salah tanggapan mereka terhadap cukai dan kemana perginya hasilnya tu. Social Media very-very important. This is where pihak pembangkang dulu dia berjaya shape their mind. Set mind dia. Daripada maklumat ya? Jadi Yang itu kita perlu harus tangani dengan cara yang baik. Sebagai contoh yang mereka manipulate contoh dalam kiraan. Dalam media sosial yang dimanipulasikan oleh pihak pembangkang ialah dia kata pengilang 6%, pemborong 6%, peruncit 6%, tapi bila sampai ke pengguna 24%. Itu kita Manipulasi itu kita tidak dijawab dengan pesat. Tapi adakah 24% itu betul? Tak betulkan? Begitulah masalahnya kita yang kita jabatan kastam yang diminta untuk rebat. Sifar. Katakan. Saya tahu masa itu

ketika itu saya pengarah GST. Kerja sampai tengah malam everyday 2 tahun. Nak prepare sistemnya. SOPnya. Undang undang dah siap tetapi regulation. And then bila kita laksana kita perlu ada 120 yang kita panggil perintah kerja perlu disiapkan. Jadi bila timbul isu ini kita juga diminta untuk bagi ulasan, macam YB cakap la tak menang tangan. Tapi cakaplah tak pernah. Ya nak buat ini ke nak buat ni ke kita buat tapi. Masalahnya. Patutnya. Kerajaan lantik satu syarikat ataupun beberapa syarikat untuk menangani perkara ini. Tetapi syarikat itu perlu ada kepakaran. Itu yang paling penting. Ikut negeri atau ikut zon ini ya? Tak apalah belanjalah 50 juta ke 100 juta ke takpe asal rakyat faham.. Ya. Tetapi kita Tak buat, kita bagi syarikat tu quite a big some I can't remember, World Communication saya rasa. Kemudian kita ada lantik satu lagi syarikat yang dipanggil Intro Spec untuk mendapatkan maklumat tanggapan masyarakat mengenai pelaksanaan GST. Sentimen umum.. Secara kesimpulan mereka bagi tahu rakyat khususnya masyarakat yang luar bandar ni tak faham. Sebenarnya sebelum GST dilaksanakan. Sepatutnya kita perlu gunakan maklumat itu. Ya kalau tak kenal la macam mana kita nak bagi faham. Macam mana kita nak bagi dia faham. Dan I think this is one area maybe saya rasa gagal la, cakap terus terang la but itulah sebab kita gagal. Ya. Jadi bila GST dilaksanakan ketika itu ada faktor-faktor lain yang menyebabkan harga barang naik, contoh recession of ringgit, ringgit jatuh against US Dollar. Kemudian import jadi mahal. Kemudian rasionalisasi petrol. Kemudian minimum wage. Kemudian electricity. Juga di rasionalize. Semuanya berlaku dalam waktu yang lebih kurang sama, singkat. Then come GST. Rakyat yang dia nampak ni hanya GST saja. Dia tak nampak benda benda lain. Khususnya masyarakat luar Bandar dia kata barang naik fasal GST. Ya walhal banyak lagi soal banyak sebab lain.

AM: *Soalan selanjutnya. Apa yang menyebabkan kegagalan komunikasi semasa GST dulu dan Kalau Kerajaan nak laksanakan semula GST, apa cadangan terbaik dari Datuk?*

1-14:

I think the major reason is komunikasi. Komunikasi, komunikasi ya. I think dari segi teknikal, I think we roll out very beautifully. There was not much isu. Teknikal okey, okey cuma ada sedikit kelewatan dari pembayaran balik refund. Itu memang ada sedikit masalah tapi ada sebabnya. Sebab ketika itu kita anggarkan refund ini dalam lingkungan 30% daripada gross. Ada kajian kajian, so tabung itu dipengerusikan oleh KSP dan juga AG lah accountant general. Itu yang dijadikan asas untuk kelulusan bayaran balik setiap bulan. Berapa gross tu pada peak time? 60 plus? 70? 70 gross? No, no more than that. Kalau kita gross yang masa peak time, especially 2017. Ya kalau kita kira gross, gross should be about, refund in the region is 45% Total refund. Tapi mengikut yang kajian itu kita hanya bagi 30% setiap bulan. Itu yang lama-lama tertangguh tu. Nett was 40. During peak time 44. Maybe gross you're right maybe 65 to 70 lah. Jadi isu ialah masa kita buat anggaran awal 30 tu betul. Tapi masa itu kita nak tax RON95. Kita buat keputusan tak bagi. Bagi pulak relieve. Relieve dia boleh claim balik. So instead dapat instead of hasil tambahan 4 billion, Kita kena bagi balik refund dalam lingkungan 2 bilion. So contoh impact dia buat six bilion Untuk petroleum sahaja dengan diesel. Kemudian projek projek Yang besar GLC, ECRL MRT lebuh raya. Yang tu semua juga diberi pelepasan. Patutnya tidak. Bila MOEF bagi pelepasan sudah tentu la ada efek kepada refund dia. Itu yang tertangguh tu.. Cuma itu sahaja the rest I think we managed it very well. In fact IMF sendiri cakap Malaysian roll out the GST is something unprecedented. Most countries banyak masalah termasuk Singapura. Tidak boleh hantar return lah mula-mula. Ada masalah. Kita tak very minimal. We managed to roll it out beautifully.

Cuma aspek komunikasi Dan aspek refund ada sedikitlah tapi I think refund tu boleh diperbaiki nanti. Lagipun refund tu banyak sangat zero rated. Bagi saya kali ini kalau kerajaan nak laksana, kurangkan kadar kepada 5% dan biar semua kena. Macam saya cakap fasal petroleum tadi. Kena semua. Tapi bagi cash pada bagi cash kepada B40 dah jadi B60 dia orang kata sekarang. At least B50 la. lagilah. Every month masuk akaun, bagi dia 500 ke 700 tak apa. Tetapi biar semua kena beras kena gula kena minyak pun kena. Biar Semua kena. Sebab. Kena tu Inklusif dalam harga. Ya Dalam harga la. ER. Macam contoh. Imigran. Ya. Whether legal or illegal. Dia orang Tak macam kita pergi makan dekat restoran. Tak. dia beli beras. Masa tu saya buat rumah dekat Bangi Yang saya duduk sekarang ini. All Indonesia bukanlah workers la masa tu contractor ambil. Masa tu dah laksanakanlah saya timbalan ketua pengarah masa itu. So pergilah kadang-kadang tengahari pergi tengok kerja. GST dah ada dah. Dia bawa nasi dengan lauk ikan. Dua lauk sahaja. Tapi itu semua tak kena GST. What's the point. Ok I can see your point. Ada 3 juta orang. Saya nak cakap apa? Tak apa semua dia orang Tak payah bayar GST. Ya. So who are we favor in? Biarlah semua kena kemudian akan dapat manfaatnya ialah rakyat. Nampak tak? B50 ke apa ke. Cash pun Kita bagi rakyat juga. Warganegara. Bagi 500 every month masuk account terus. people will more than happy sebab berapa banyak sangat dia beli barang yang bayar GST. Dia punya consumption very little. Compare to you know the golongan menengah dengan tinggi. So model itu kena sesuai. itu yang kita perlu war-warkan kepada masyarakat apa kelebihan GST. Soalan ini apa kelebihan GST? kenapa 170 Negara buat GST Dan sebagainya? Yang ni I ingat YB sendiri sedia maklum, you used to be a lecturer. Ya. Tapi saya nak dengar dari Datuk sendiri setelah beberapa tahun ini. Black ekonomi macam SST ini Tak boleh nak tangani dia. Ya. Sebab banyak sektor yang tidak dikenakan cukai. Hobi is the black economy lebih kurang. The official figure black economy is about 30% of the GDP. Tapi some part of the Black economy tidak ada kaitan dengan consumption lah, dia melibatkan money laundering dan sebagainya. Tetapi kalau daripada 30% GDP ni, Kalau kita dapat 2, 3% ni pun Sudah sufficient ya. Kalau GST mampu kurangkan ia. Kedua kalau kita lihat sekarang SST ni Kelemahan dari segi eksport. Daya saing kita kurang sebab Kita punya pengeksport ni dia tak boleh claim kesemua cukai terselindung. Hanya sedikit hanya sebahagian la. So ada cukai yang mereka tak boleh tuntutan semula. Kalau GST semua boleh. Tidak kira apa sahaja dia beli. Sebab itu dia kata it's a very, very business friendly tax system yang mampu melonjakkan ekonomi dan mampu memberi daya saing yang lebih kepada pengeksportan negara. That's why F&M sendiri sokong, mengalu-alukan GST. Sebab mereka tahu di bawah SST ni mereka tak boleh claim. Okey tax pun ada tapi tax tak boleh claim, sebab macam contoh info tax kredit tak ada. Dia barang dia boleh beli bidang without cukai boleh, tapi perkhidmatan dia tak boleh claim. Dia banyak perkhidmatan, jaga lah accounting, legal, services. Macam-macam. Telefon, api semua tu tak boleh claim. Ya. Jadi di bawah GST boleh. Dia mengurangkan kos perniagaan. Kemudian dari segi Tourism ya. Sektor pelancongan juga Saya rasa GST mampu melonjakkan sektor pelancongan sebab kita ada tourist refund scheme, kat airport. So contoh kalau dia beli jam yang mahal di Malaysia, dia tak akan beli sekarang di sini, sebab orang yang datang ke rantau ini dia tak pergi satu negara sahaja. Dia akan pergi biasa 3 negara atau dua negara, Malaysia, Singapore, Thailand. So why should I buy in Malaysia when I can buy in Singapore. Sebab ada tax refund, sini tak ada. So sudah tentu dia tak akan beli barang yang mahal-mahal, yang murah mungkin dia beli la. Barang perlu makan untuk dia orang. Sebab itu Kita Ada kelebihan dalam GST. Lepas tu eksport GST tidak dikenakan. Ya eksport

memang tak kena tapi dia mampu memberi daya saing lebih sebab itu semua boleh claim. Jadi Sudah tentulah harga eksport lebih kompetitif. Kemudian satu lagi kita perlu lihat GST Juga sudah tentu akan memberi dari segi hasil.. Kalau kita ambil kadar yang berpatutan 5% pun hasil GST macam yang saya kata tadi kalau semua barang yang dikenakan, 50 bilion easy. Daripada 50, 10 billion itu YB bagilah B40 ke. This is what I want to hear. Bagi dekat dia orang. Dia lebih, dia akan dapat lebih daripada apa yang dia bayar GST. Ya. So we need to, biarlah orang yang mampu ini belanja. Bayar GST. Biar semua kena, ikan bilis pun kena. Lagi satu threshold mesti tinggi. Letaklah 2 juta supaya kedai-kedai kecil ni tak ada GST. Sebab dia beli barang pun dah kena ada dia GST. Contoh kedai runcit biasa Kan? Semua barang kan dah kena, kalau model saya la. Kalau dia beli daripada wholeseller, wholeseller akan kenakan, cuma dia Tak boleh claim la. Tak apalah, you tak perlu register, you Tak ada kos pematuhan. Takde start up cost. Jadi orang bising la. Kalau dulu kedai-kedai kampung ada yang kita register. Tu yang orang kampung marah la. Sebab dia 500,000 kan masa tu. 500,000. Dia jual. Setahun kan? Setahun. Turn over 500,000 memanglah kedai Kampung pun ada, kena. Beras dengan gula barang-barang dapur ni, Satu Hari dia boleh cecah 1000, 2000, satu hari. Dah cukup dah, 2500 dah capai 500,000. So kena naikkan threshold. Kena naikkan threshold, 1 million? 1.5 to 2 million la. 1.5 is better. Letakkan threshold tinggi, so rakyat boleh terima. Then rakyat akan faham, owh tiap-tiap bulan saya dapat RM500. Duit GST lah yang kita kena bagi And then biarlah semua barang kena, biarlah Yang tourist bayar. Biarlah Yang Imigran legal ke illegal ke semua bayar. semua bayar Okey. So that should be the model, tapi we need the political will lah. Jangan ingat, lepas ini lagi satu, I still remember XY cakap GST Haram. Maksud saya kita Tak kenakan cukai masa. Ya. Masa tu XXXX Youth, ZZ. saya dengan dia lah tunggu dekat Terengganu. Jumpa semua ulama ulama ketua bahagian. Dia ketua bahagian. Setiap bahagian itu ada ketua bahagian. Bahagian Dewan ulamak. Biro agama Saya sendiri bagi teknikal aspek. ZZ dia bagi on adalah dia punya quotation on daripada Quran boleh dikenakan. Boleh dikenakan, ya harus, harus. Dan tetapi dengan syarat. Dia bantu balik. Kita dekat kedai ni kita tak boleh tanya you orang Kaya ke orang miskin. Yelah kedai belanja mana kita nak tanya. Ya susah. Dari segi implementasi memang susah. Ya. So semua kenakan, then bagi balik, ini duit GST yang you bayar. On top of that saya bagi lagi 50% tambahan. Rakyat boleh terima. RM500 tambahan. Bagi saya YB you can given RM500 a month, every month masuk account. RM6000 sebulan. Kalau BRIM cuma RM2000. Ni RM6000 sebulan, wah happy la. Happy. People never complaint. Ni pun indirectly kita bantu la. So GST harus dilihat sebagai satu mekanisma untuk membantu rakyat miskin. Dan boleh menjawab soalan, IMF baru ini kata GST is better than SST, tapi dia kata ada element of regresiveness. Tapi kalau dah bagi RM500 sebulan takde la element regressive dah. Memang regressive. GST memang regressive kita tahu. Tapi di negara-negara barat, dia ada welfare system juga. Saya, saya study di Amerika MBA. Tiap-tiap hujung minggu ada la pak arab Duduk sebelah saya tu dia ambil all the can food. Everything. How come you didn't take, I didn't see you. I already bought. You bought? This is free. Dia ni kaya daripda UAE. Bukan orang U.S. You brought your student card. Of course I'm studying here. Okey follow me next week. Saya takut-takut nak pergi. Where's your card. Kad apa? Student card. All the can food. Sardin la. Banyak. Sampai 3 kerton, boxes. Mereka ada threshold. Tapi mereka tak tanya. Siapa yang datang boleh ambil. Welfare bawah food aid. Every state ada. Tapi biasanya kalau orang kaya dia tak pergi ambil la. Dia malu la. Tapi orang yang pergi tu they are in need. Saya dapat scholarship sebab tu saya taknak pergi. JPA scholar sebab tu saya

taknak pergi la. Tapi budak tu anak orang kaya kata this is America, come, it's a free country. Kita lebih elok bagi cash. Lepas tu apa dia nak beli terpulang pada dia. Kita bagi macam petrol tadi lah, harga barang akan berlaku macam inilah. Ya betul. Itu yang berlaku di Negara-Negara, setengah negara dia ada macam welfare sistem ni. Dia ada kedai khas. Kedai khas untuk Malaysian. Harga dia rendah daripada harga Pasar raya dan sebagainya. Tapi B40 je boleh dapat kad tu. Macam dekat India is a very good example tapi sindiket la akan main.

AM: *Apa pandangan Dato dari segi macam India punya style pelbagai rate GST terhadap pelbagai jenis barang?*

1-14:

Ok I think sekarang dah boleh buat. Boleh. Fasal dulu bila GST mula-mula diamalkan, Kita Tak ada computer system, accounting software. Jadi masa tu memanglah IMF sendiri cadangkan one single rate la, kalau double rate akan ada isu seperti composite supply. Composite supply means Barang ke perkhidmatan. Jadi katalah contoh ya perkhidmatan kita dikenakan 8%. Tapi undang undang tu harus jelas.. Yang tu YB masa BERNAMA tanya saya pun saya bagi tahu. Barang dikenakan 5%, semua kena. Perkhidmatan sebagai contoh accounting services, legal services, engineering services, semua ni tak melibatkan rakyat, ya. Melibatkan syarikat. Developer. Ada juga kesan dia tempias dia ada, tapi Tak banyak la. So boleh ada 2 kadar ya Untuk perkhidmatan-perkhidmatan tertentu. Ya. Kita boleh adakan 7 atau 8%. Tetapi for a start, biar sama la. 5% semua barang dan perkhidmatan. Lepas 3 tahun YB, 2 tahun, kita boleh. Barang masih kekal. Perkhidmatan kita naikkan 8%. That's why kita mahu penerimaan rakyat. Jadi Yang tu syor saya lah, I don't know who's doing GST, I tahu ada satu team, dengar En E pun tak terlibat dah. MF nama dia. LAKSANA? Bawah Z? Ada la special team dibawah KSP, tetapi I think government should also rely on the experience of we all. Bukan apa, I mean I don't mind coming and sharing. You know what we did right what we did wrong. Ya. We don't have to reemend the bill. Yang ada ni budak-budak baru ni tak tahulah. Kita dah melalui proses itu. Kita dah melalui, 10 tahun YB. kena bantailah APA semua tu. Daripada dulu Pak Lah umum tahun 2005 I was in the team Pergi berapa negara tu? I think all in all about 10. Apa antara negara tu? U.K, Australia, New Zealand, Kanada, South Afrika, Singapura, Indonesia, Thailand, India. Japan? Japan saya sendiri officially Tak pergi. Saya pergi on a different matter. South Korea. 10 negara. Itu kajian daripada team. That's why sekarang seorang pun Tak ada. Except En E. Tapi Dia pula buat SG SST. Saya pun tak faham kenapa dia Tak gunakan kepakaran dia. Ok nanti saya jumpa dia saya tanyalah dia. Okey lah hari tu apabila saya kena menjawab soalan soalan GST di Dewan Rakyat dia lah bagi input ringkas. Kemudian Dato tadi ada sebut barang tak turun kerana ada banyak factor lain yang mengganggu. Tetapi, ada sekelompok barangan yang sebelum itu SST 10%, kita dah mansuh SST, by right barang-barang itu patut turun la jadi 6. Kenapa tak turun? Adakah manipulasi?. Okey 10% itu pada peringkat kilang. tapi 6% GST peringkat peruncitan. So 6% peruncitan bergantung kepada margin dalam distribution la. 10% peringkat kilang ni lebih kurang sama dengan 5 % di peringkat peruncitan. Bermakna Kalau 6% peringkat peruncitan harga barangkali naik sikit or neutral. Kita cannot expect barang turun. Macam for services 6% ganti dengan 6%, neutral. Macam McDonald, KFC. Tapi kalau setengah perkhidmatan tu dulu tak ada, GST ada, akan naik la. Tapi barang ni kita kena lihat, SST dulu mungkin kosong. Ada banyak exemption. GST 6% contoh barang dalam tin, makanan dalam tin, sardin, dikenakan GST, SST tak ada. So sudah tentu akan naik harga. Bagi saya YB, harga ni something very dynamic. Let the market dictate the prices. Jangan sesekali

kita kata bagi tahu ok harga akan turun. I think that was one of the another mistakes we made. Ya. Berdasarkan kepada kajian betul, tu theoretically. When we remove this, ganti dgn SST, and then kalau distribution margin dia kecil mungkin sepatutnya turun. Memang the Australian consultant when we contact dia, dia buat. Itu yang kita supply dalam cabinet paper. Tetapi in reality it doesn't work that way. There are lots of other factors yang akan menyebabkan kenaikan harga, sebagai contoh, Transport. Transport barang kena GST, transport passenger tak kena GST. Sebab tu model kita ni very, very confusing. So Macam mana kalau satu syarikat lori dia nak hantar barang daripada wholeseller ke retailer. Kalau dia tak register. Kalau dia tak register. Sepatutnya kalau register dia boleh claim balik. Kalau tak register input yang dikenakan tu dia tak boleh claim. Bila dia Sewa lori ke ataupun daripada manufacturer bila dikenakan GST kepada dia, dia tak boleh claim. Sebab tu biar mula dengan 5%, semua barang dan perkhidmatan kena. Yang tak kena ni dua je, satu, rumah, kedua, financial services. Sebab financial bukan kita tak kenakan, indirectly la, ada la cara kita kenakan. Yang lain termasuk education, termasuk private hospital. Siapa Yang akan pergi ke private hospital? Orang yang berada.. Biasanya insurans lah bayar. Sesiapa Yang pergi ke private colleges university? Sunway very strong university dia, fee dia tinggi. So people can afford to pay, bayar la 5%. So Sometime people say GST ini macam robin hood lah. Even government school Tak kena. Ya. Universiti awam Tak kena. They can exempt lah tapi dia Tak boleh claim input. So adalah kenalah tapi not the food. Okey mungkin effect dia like one and half percent or 2% the most. Private, full 5%.. Jadi biarlah Duit pendapatan kerajaan that's why YB kalau 5% semua barang kena 50 billion easy.. Cuma apabila hari itu saya kata GST Boleh menurunkan harga barang kena spin la kena spin teruk la saya. Saya kata boleh, bukan GST mesti turun, boleh. Dalam fikiran saya berdasarkan kita punya maklumat kajian Pertama 10 jadi 6, yang kedua ialah apabila input tax credit ia boleh mengurangkan kos perniagaan. Atas dua sebab itu theoretically macam datok sri sebut tadi lah theoretically. Tetapi ialah ini dah happen dan jadi hal. Okey. Saya rasa cukuplah dulu. Banyak dah maklumat.

AM: *Ada Datuk nak tambah apa lagi?*

1-14:

Nak bagi nasihat kepada kami. Ya. Ok. Lagi satu ialah saya rasa government shouldn't wait too long sebab infrastructure semua dah ada. We don't have to reemend it. Kepakaran yang masih ada sedikit sebanyak tu janganlah sampai dia hilang or else we have to start all over again. Kebanyakan the core team semua dah pencen dah pergi. Forget about the high level macam saya, DT, DZ. Even the lower rank, not lower rank, I mean some people, penolong pengarah at that time, sekarang dah nak usia persaraan. TS for example, he's retiring next month. Z very good in GST, Alisa, all these are gems, permata kastam. Very good. Semua dah pencen. Semua dah ambil option. FN, MM. So yang ada ni the new badge, yang tak tahu cerita. Macam kita dulu masuk hutan, kita teroka. Kita tahulah liku-liku dekat mana ada itu ini supaya orang tak jatuh. Tapi yang baru ni dia kena melalui 10 tahun pengalaman tu. Rasa sedih sikit la. Mereka tak cari datok ke? Tak ada. Datok saya ada nak tanya soalan sikit, 2 perkara la. masa kempen nak buat GST ni Datuk ada rasa macam ada sentimen daripada rakyat, Dia macam menolak sikit Kan. Ada. Jadi pada masa itu adakah Datuk berpendapat kita patut stop dulu GST ini atau tangguh dulu ke macam mana Kan? Terutama. Yang keduanya dari segi bila dah dilancarkan GST tu Bagaimana bentuk pemantauan itu untuk supaya GST itu kekal di situ? Ya I think you're right pemantauan itu it was lacking. Pasal kita Tak boleh salahkan MOM ataupun kastam. Masa itu team tu berapa orang itu bawah dato, pengarah ya.

Okey, kepakaran itu tertumpu di HQ. So kita ada tanggungjawab untuk melatih pegawai di negeri. Ya tak cukup kakitangan. Macam mana nak buat komunikasi aspek, tak boleh. Saya sendiri dah bagi tahu MK2, pening. It's not easy. Kali ni YB tolong cadangkan kepada kerajaan give it to a company yang ada kepakaran termasuk media sosial, termasuk media sosial. And also do the pemantauan aspek. Dan Jangan Ganggu Agensi pelaksana. Yang penuh dengan teknikal. Yang kita cakap benda lain. Kata complex lah. Kamu. 11. Sikit sangat. Tak boleh panggil sabar je tak? Negara membangun pun tak boleh. Sekarang barang naik kan semua naik. Dia naik di peringkat mana? Bukan peringkat gilang sahaja. Hilang mungkin naik sikitlah. Dalam rantai bekalan. Sampai jom ya. Yalah kita. Banyaklah Kerajaan hilang sebenarnya. Dahinya rakyat juga. Ya okey saya nak bantu rakyat untuk beli. Lepas itu kita naikkan hutang. Very direct kan. Former top five percent. Okey. Lepas tu nanti dalam bajet nak bayar hutang dia dah berhenti. Percent apa benda? Spotify. mencari sumber pendapatan negara yang stabil Sebab dia orang tahu sistem Yang ada tidak telus. Indonesia Rio, they can become like China. Yes. Tadi puluh 4 Jokowi. I know I always there because affiliation. Dia baka. Investment Indonesia. Korporat teks studio dipesan kita masih lagi. Perkara GST ada corporate tax kita boleh turun. Provide an opportunity. Saya juga nak cadangkan kita naikkkan korporat tax.



Lampiran – **Memo Pengesahan Suntingan Tesis PhD**

MEMORANDUM PENGESAHAN SUNTINGAN TESIS PhD

Tarikh: 3 September 2025

Kepada: Awang Had Salleh Graduate School, Universiti Utara Malaysia

Daripada: Dr. Sharifah Fazliyatun Shaik Ismail

Perkara: Suntingan Tesis PhD YB Datuk Seri Hj. Ahmad Bin Maslan berjudul
“Strategi Komunikasi Kerajaan Terhadap Pelaksanaan Sistem Percukaian
Barang dan Perkhidmatan (GST) di Malaysia”

Saya, Sharifah Fazliyatun Shaik Ismail, dengan ini mengesahkan bahawa tesis pelajar, YB Datuk Seri Ahmad Bin Maslan (904576) telah disunting dan dibaca pruf oleh editor bahasa dari Pusat Pengajian Bahasa, Tamadun dan Falsafah, Universiti Utara Malaysia. Perincian suntingan tesis adalah seperti berikut:

Bahagian	Editor
Abstrak Bahasa Melayu	Disunting oleh Prof. Madya Dr. Mashetoh Abd. Mutalib
Abstrak Bahasa Inggeris	Diterjemahkan oleh Dr. Sharifah Fazliyatun Shaik Ismail
Bab 1	Disunting oleh Dr. Maizatun Azura Yahya
Bab 2	Disunting oleh Dr. Sharifah Fazliyatun Shaik Ismail
Bab 3	Disunting oleh Dr. Maizatun Azura Yahya
Bab 4	Disunting oleh Prof. Madya Dr. Mashetoh Abd. Mutalib
Bab 5	Disunting oleh Dr. Maizatun Azura Yahya
Rujukan	Disunting oleh Dr. Sharifah Fazliyatun Shaik Ismail

Tesis ini telah disemak dan disunting dari aspek tatabahasa, ejaan, laras bahasa dan struktur ayat oleh ketiga-tiga orang editor. Abstrak bahasa Melayu juga disunting dan diterjemahkan ke dalam bahasa Inggeris. Kutipan dan rujukan dalam tesis juga disemak dan disunting mengikut manual APA Edisi Ketujuh.

Terima kasih,
Dr. Sharifah Fazliyatun Shaik Ismail
Ketua Penyelaras Suntingan