

## → WANITA & KELUARGA

# Internet pengaruhi kuasa beli kanak-kanak

➔ Ramai pujuk ibu bapa dapatkan produk diiklan secara maya

**Oleh Rozdan Mazalan**  
rozdan@bh.com.my

✦ Kuala Lumpur

Lapan daripada 10 kanak-kanak di negara ini memilih internet berbanding televisyen, menyebabkan mereka mempunyai kuasa membeli sama ada memujuk ibu bapa atau menggunakan wang saku.

Agensi penyelidikan media digital, Totallyaawesome mendapati, kuasa membeli disebabkan terpengaruh dengan produk diiklankan secara maya berbanding pengiklanan konvensional.

Ketua Pegawai Eksekutif agensi berkenaan, Quan Nguyen berkata, kepesatan teknologi menyebabkan mereka terpengaruh dengan se-

lebriti media sosial dengan jenama pemasaran kanak-kanak bertukar berbanding strategi pengiklanan lama.

### Impak iklan internet

Katanya, kajian mengesahkan impak iklan dalam internet, apabila lapan daripada 10 ibu bapa membeli produk untuk anak selepas melihatnya menerusi internet.

"Kanak-kanak ini menggesa ibu bapa membelikan permainan berjenama yang dilihat menerusi internet. Kuasa membeli anak meningkat apabila ramai memujuk ibu bapa berbuat demikian.

"Kaji selidik mendapati pembelian untuk snek (60 peratus), minuman (54 peratus), makan di luar (36 peratus), buku dan komik (29 peratus) serta permainan (22 peratus).

### Belanja guna duit sendiri

"Semua pembelian ini menjadi pilihan popular kanak-kanak berbelanja menggunakan duit sendiri," katanya.

Nguyen berkata, empat kajian berdasarkan pemerhatian terhadap kanak-kanak era digital meliputi tingkah laku, penggunaan

media dalam talian, penggunaan gajet, kandungan dan barangan jenama kegemaran.

Enam daripada 10 kanak-kanak ini kata Nguyen, sudah memiliki telefon pintar dan aliran ini semakin meningkat setiap tahun, sekali gus mendedahkan jenis gajet pilihan dan kegemaran mereka. Telefon pintar (88 peratus), tablet (47 peratus) dan televisyen (45 peratus).

Katanya, ini kerana 60 peratus kanak-kanak ini mempunyai telefon peribadi, 36 peratus mempunyai tablet dan hanya 22 peratus memiliki televisyen.

### Pujuk ibu bapa

"Kesan kepesatan teknologi telefon pintar, 90 peratus responden memberitahu mereka mengetahui prosedur menerusi internet. Sebanyak 62 peratus pula melalui televisyen, bukti keberkesanan pengiklanan secara maya.

"Sebanyak 94 peratus kanak-kanak mempunyai kuasa membeli, sembilan daripada 10 responden menerima duit poket dan satu peratus menerima wang saku daripada ibu bapa setiap hari," katanya.

[FOTO HIASAN]



**Kanak-kanak era digital**  
mudah terpengaruh iklan produk di alam maya.

Menurut Nguyen, sebanyak 77 peratus perlu memujuk ibu bapa, namun 30 peratus sudah mampu membeli dengan duit poket sendiri.

"Ibu bapa juga dipengaruhi ketika memilih tempat makan, 80 peratus, pilihan snek snek 78 peratus, mainan 74 peratus dan nonton wayang 67 peratus.

"Kajian mendedahkan kuasa

membeli barangan yang mereka mahu, sama ada menggunakan duit sendiri mahupun kuasa memujuk ibu bapa turut meningkat.

"Strategi pemasaran perlu mengambil kira pengaruh ini kepada Generasi Alfa dan Gen X," katanya yang melakukan kajian meliputi 379 pengguna internet berumur empat hingga 16 tahun yang diterbitkan, baru-baru ini.