

KEMENTERIAN KESIPATAN MALAYSIA  
JALAN CENDERASARI  
KUALA LUMPUR

Bil. (5) dlm. KKM-82/2/6

20 hb Ogos 1983

Semua Pengarah Perkhidmatan Perubatan & Kesihatan.

Semua Pengarah Yayasan.

Pengarah Perkhidmatan Perubatan Sabah/Sarawak.

SURAT PEKELILING KETUA PENGARAH KESIHATAN BIL. 5/1983

Pemberitahuan Kes-kes Malaria

Tujuan Pekeliling ini adalah untuk mengingatkan bahawa penyakit malaria masih lagi satu masalah kesihatan awam dan untuk memperbaiki pemberitahuan (notification) kes-kes malaria.

2. Sebahagian besar dari negeri ini adalah bebas dari malaria, walaupun didaerah-daerah seperti Ulu Kelantan, Tanah Merah, Ulu Perak, Baling, Sik, Kuala Lipis dan Pekan kejadian malaria masih tinggi. Kejadian malaria di Semenanjung Malaysia dalam enam tahun yang lalu adalah seperti berikut:

	<u>Jumlah kes</u>	<u>Kematian kerana malaria</u>
1978	10 365	11
1979	10 543	5
1980	9 110	6
1981	8 631	10
1982	12 411	24
1983 (hingga Jun)	4 818	12

Apa yang membimbangkan ialah jumlah kes dan jumlah kematian kerana malaria telah mulai meningkat mulai tahun 1981/1982.

3. Pengalaman negara-negara lain menunjukkan kawasan-kawasan yang telah lama bebas dari malaria boleh mengalami wabak malaria yang teruk jika malaria merebak semula di kawasan-kawasan itu. Selain dari itu kawasan-kawasan ini sentiasa terancam oleh kes-kes atau pembawa-pembawa malaria yang masuk dari kawasan-kawasan yang masih bermalaria. Adanya kes-kes malaria yang "resistant" kepada chloroquine merumitkan lagi masalah ini.

4. Pemberitahuan awal kes-kes malaria adalah salah satu prosidur yang penting dalam usaha mengawal atau membasmi penyakit malaria. Adalah di perhatikan bahawa pemberitahuan ini sering kali lewat diterima oleh pihak  
"resistant" kepada chloroquine merumitkan lagi masalah ini. Ini menyebabkan tindakan

Always use the active voice. The active voice is a stronger statement and takes fewer words.

Press releases must communicate efficiently. Every word counts. Say what you mean and avoid jargon. Try to use short ordinary words. If you write as if you are talking to someone and you say what you mean, your press release will be more direct and forceful.

If you must use a technical term or two, explain in your release.

#### 7. Headline

Some editors object violently to headline given in press releases, believing that press releases should be judged by their leads, and headlines only get in their way. On the other hand, there are compelling arguments for using headlines. Newspapers probably will not use your headlines. Even so, it still pays to use a headline in your release.

Leave at least two inches between the heading (or headline) and the start of your text.

#### 8. Check

Never trust your typist. Proofread every stencil. Make sure grammar and spelling are 100% correct.

#### 9. Correcting press release which had been sent out

Do not try to correct if the story has appeared; it is too late at that point.

If it has not appeared, get every reporter or editor on the phone:

- \* Indicate what the error was
- \* Give the correct information
- \* Send out a corrected version of the press release

#### Reference

1. David R. Yale, The Publicity Handbook, Bantam Books Inc., 1982.
2. Scott M. Cutlip and Allen H. Centre, Effective Public Relations, Fifth Edition, Prentice-Hall Inc., 1978.