

ABSTRAK

Kajian ini bertujuan menilai keberkesanan program promosi Pendidikan dan Latihan Teknikal dan Vokasional (TVET) yang dilaksanakan oleh Kementerian dan agensi berkaitan di Malaysia dari tahun 2021 hingga 2024. Kajian turut merangkumi analisis penandaarasan global melibatkan enam negara untuk mengenal pasti pendekatan strategik dalam mempromosikan TVET. Dapatan menunjukkan tahap kesedaran umum terhadap program promosi TVET adalah tinggi (80%), namun kadar peralihan kepada penyertaan sebenar masih tidak sekata antara kumpulan sasaran.

Kajian ini mengenal pasti lapan cabaran utama, termasuk kandungan promosi yang kurang relevan, penglibatan industri yang terhad, dan kekurangan pemantauan berasaskan data. Bagi mengatasi cabaran ini, lapan strategi disyorkan, antaranya penghasilan kandungan promosi yang imersif dan bersasar kepada belia, pengukuhan kepercayaan ibu bapa melalui maklumat yang boleh dipercayai, memberkasakan kaunselor sebagai agen perubahan, serta pemantapan advokasi komuniti luar bandar. Penekanan juga diberikan kepada pemeraksanaan strategi digital, jalinan kerjasama industri, dan penggunaan data untuk meningkatkan impak promosi. Secara keseluruhan, kajian ini menyarankan pendekatan bersepadu dan berpandukan data untuk memastikan TVET terus diperkasa sebagai laluan pendidikan arus perdana yang diyakini dan berdaya saing.