

Systematic Literature Review: Online Social Media Interaction in Education and Employment Cluster

Tinjauan Literatur Sistematis: Interaksi Media Sosial Atas Talian dalam Kluster Pendidikan dan Pekerjaan

Nor Shela Saleh^{a*}, Mohd Shafie Rosli^b

^aDepartment of Social Science, Centre for General Studies and Co-Curricular, Universiti Tun Hussein Onn Malaysia, 86400 UTHM Parit Raja Batu Pahat, Johor, Malaysia

^bSchool of Human Resource Development and Psychology, Faculty of Social Sciences and Humanities, Universiti Teknologi Malaysia, 81310 UTM Johor Bahru, Johor, Malaysia

*Corresponding author: norshela@uthm.edu.my

Article history: Received: 04 May 2020 Received in revised form: 20 July 2020 Accepted: 25 July 2020 Published online: 31 August 2020

Abstract

The research is related to online social media interactions in education and employment clusters. The researcher has developed five objectives of the study specifically to identifying the top forms of social media in Malaysia, to identifying the tendency of Malaysians to habit social media, to identifying online interaction platforms in the employment sector, to identifying the effectiveness of social media in generating income and for educational purposes. All objectives use two methods of analysis that is critical factor analysis and quantitative analysis. All of these objectives were achieved. The results show that Malaysians are more likely to use Facebook social media and WhatsApp application in their regular lives for social, educational and career purposes. This shows that social media and interaction applications have a positive impact on society, especially for employees and students in the face of the changing world of Technology in the 21st century.

Keywords: Education Cluster, Employment Cluster, Application, Social Media, 21st Century

Abstrak

Sejajar dengan konsep pembelajaran abad ke-21 dan pembangunan industri 4.0, kepesatan teknologi semakin memberangsangkan. Teknologi merupakan perintis dalam keseimbangan sektor komuniti, pendidikan dan pekerjaan. Kajian yang dijalankan adalah berkaitan dengan interaksi media sosial atas talian dalam kluster pendidikan dan pekerjaan. Pengkaji telah membangunkan lima objektif kajian iaitu mengenalpasti bentuk media sosial yang terkemuka di Malaysia, mengenalpasti kecenderungan rakyat Malaysia dalam menggunakan media sosial, mengenalpasti platform interaksi atas talian dalam sector pekerjaan, mengenalpasti keberkesanan media sosial dalam menjana sumber pendapatan serta untuk tujuan pendidikan. Kesemua objektif menggunakan dua kaedah analisis iaitu analisis faktor kritikal dan analisis secara kuantitatif. Kesemua objektif telah dicapai. Hasil kajian menunjukkan, rakyat Malaysia sangat cenderung menggunakan media sosial *Facebook* dan aplikasi *WhatsApp* dalam kehidupan harian mereka sama da tujuan social, pendidikan dan kerjaya. Ini menunjukkan, media sosial dan aplikasi interaksi memberikan impak positif kepada masyarakat khususnya golongan pekerja dan pelajar dalam mengharungi perubahan Teknologi dunia di dalam abad 21 ini.

Kata kunci: Kluster Pendidikan, Kluster Pekerjaan, Aplikasi, Media Sosial, Abad 21

© 2020 Penerbit UTM Press. All rights reserved

1.0 PENGENALAN

Teknologi merupakan perkara yang penting dan menjadi wadah dalam interaksi manusia dari zaman berzaman. Kepesatan teknologi bukan sahaja dipengaruhi oleh kompetensi dan pembangunan manusia, bahkan ia seiring dengan komitmen dan keperluan dunia yang semakin meletakkan teknologi sebagai antara medium yang membantu urusan kehidupan harian manusia (Akar & Topcu, 2011). Perkembangan teknologi yang semakin berkembang pesat ini telah berubah disebabkan oleh situasi peralihan dalam masa dan bentuk pekerjaan atau pentadbiran dalam sesebuah organisasi (Allen et al., 2000). Menurut Azad dan Faraj (2011) pula, perubahan masa mendesak semua pihak khususnya bahagian pendidikan dan pentadbiran kerja meletakkan teknologi sebagai pengukur dan penilai agenda mereka. Bukan sahaja di negara maju, bahkan negara membangun dan negara yang berpendapatan rendah juga mengangkat inisiatif teknologi. Kepesatan dalam

kemajuan teknologi sentiasa diaplikasikan di seluruh pelusuk dunia tanpa mengira latar belakang individu, umur, jantina mahupun latar belakang pendidikan (Ahmad & Omar, 2013).

Oleh kerana kadar penggunaan yang holistik ini semakin meningkat, ia menunjukkan indeks dalam penggunaan laman media sosial secara atas talian juga bertambah dari masa ke masa khususnya dalam tempoh tahun 2000 hingga 2020. Dalam laporan yang dinyatakan oleh (Ali, 2012) pada tahun 2012, beliau mendapati negara Asia telah mencatatkan seramai 16 902 600 pengguna Internet. Pada tahun tersebut juga, seramai 11 221 040 rakyat Malaysia telah berdaftar di sebuah laman media sosial yang terkenal pada ketika itu iaitu *Facebook*. Ini menunjukkan, konsistensi dalam laman sosial adalah kukuh dalam membentuk kepercayaan dan budaya masyarakat. Tidak dinafikan juga, masyarakat di Malaysia sangat signifikan dan gemar melayari laman web dan media sosial semata-mata untuk berinteraksi antara rakan dan kenalan mereka (Ahmad et al., 2012). Walaubagaimanapun, jumlah tersebut menunjukkan bilangan yang sangat tinggi kerana pada tahun 2012, rangkaian Internet di Malaysia masih lemah dan tidak semua pihak mampu memiliki daya akses Internet kerana kadar bayarannya yang agak tinggi. Kadar bayaran Internet pada tahun 2012 juga tidak seperti pada masa kini iaitu tahun 2020. Bahkan pemilihan instrumen dan alat untuk melayari Internet sangat terhad dan mahal. Antara contoh instrumen penggunaan Internet pada tahun 2012 adalah komputer riba. Ini kerana, harga telefon pintar pada tahun 2012 agak mahal jika dibandingkan dengan tahun 2018 hingga 2020.

Perubahan struktur ekonomi dan kelas sosial telah mendesak ramai organisasi yang menyediakan platform Internet semakin bersaing. Daya saing ini menyebabkan masing-masing kompetitif dalam menawarkan harga mampu milik dan kelajuan Internet yang terbaik (Raghavendra et al., 2018). Kompetitif dan persaingan telah dijadikan alasan kukuh dan faktor yang menyebabkan harga penggunaan Internet semakin murah dan mampu dimiliki oleh semua lapisan masyarakat termasuklah golongan yang berpendapatan sederhana dan rendah (Blanchard, 2008). Nilai dan kadar pembelian alat dan instrumen teknologi juga dikurangkan oleh segelintir organisasi peralatan dan barangan berasaskan komputer. Bahkan, kemudahan dalam melayari Internet semakin banyak disediakan secara merata termasuklah perkhidmatan *wifi* di lokasi-lokasi tertentu misalnya pasaraya, restoren, kedai makan, hospital, dan juga pelbagai tempat-tempat awam dan swasta. Bahkan, daya capaian Internet juga semakin baik kerana mudah diakses dan mampu memberikan ruang serta peluang kepada individu menghilangkan kebosanan atau mengisi masa lapang dengan efektif (Bonson & Flores, 2011). Kemudahan ini secara tidak langsung telah menyumbang dan membantu komuniti menikmati penggunaan Internet disamping menyempurnakan tugas tertentu walaupun ketika berada di tempat awam dan beriadah. Misalnya, kerja-kerja pejabat dan tugas di kampus yang khusus serta komitmen membalas e-mail yang harus dilakukan dengan pantas dan tepat (Faradilla & Iza Sharina, 2011).

Menurut Lee dan Suzanne (2017) kronologi pembangunan Internet ini disebabkan oleh usaha dan kerjasama yang dijalankan oleh pihak kerajaan dalam inisiatif ke arah pencapaian komuniti berinovasi dan digital dalam abad ke-21. Ia dilaksanakan secara segerak iaitu usaha yang berlanjutan dalam negara. Tambahan pula, negara-negara di Asia termasuklah Malaysia sendiri semakin mantap dari segi penggunaan teknologi khususnya dalam aspek pendidikan dan kehidupan harian (Guo & Liu, 2016). Malah, tidak dapat dinafikan pengguna Internet masa kini bukan hanya dalam kalangan profesional dan berkerjaya, tetapi ia juga didominasi oleh golongan yang tidak bekerja termasuklah warga tua dan kelompok suri rumah.

Menurut Hopkins (2014) revolusi dan paradigma dalam teknologi semakin berkembang dalam negara. Sedar atau tidak, semua masyarakat di Malaysia tahu dan berminat dengan dunia teknologi dan sentiasa bersedia meneroka dunia tanpa sempadan (Casalo, Flavian & Guinaliu, 2010). Platform dan teknologi yang disediakan banyak menyentuh dan berkait dengan laman hubungan sosial dan interaksi antara masyarakat dalam negara (Kang, 2014). Jika pada 10 tahun dahulu, kita lihat anak-anak muda cenderung membuka laman media sosial seperti *Friendster*, *MySpace*, *Blogspot* dan sebagainya, namun kini budaya tersebut telah banyak beralih ke platform media sosial yang lain iaitu *Facebook*, *Instagram*, *Twitters*, *Tik Tok* dan sebagainya. Harga telefon mudah alih pintar juga menyebabkan ramai individu sudah mula mampu memiliki dan mempunyai akaun media sosial sama ada golongan kanak-kanak, remaja sehinggalah kepada golongan warga tua.

Perubahan dalam teknologi dilihat seiring dengan usaha dunia beralih ke arah industri 4.0. Dalam era revolusi industri 4.0 ini, teknologi atas talian khususnya media sosial telah menjadi medan komunikasi dalam menjalankan aktiviti harian termasuklah pengurusan dan pentadbiran sesebuah organisasi (Westerman, Spence & Van Der Heide, 2014). Menurut Mohd Saleh (2012) fenomena ini dikategorikan sebagai transformasi sistem penyampaian maklumat secara elektronik melalui medium interaksi media sosial. Bahkan, hampir kesemua organisasi sama ada swasta dan kerajaan telah menggunakan media sosial dalam kegiatan harian. Alasan utama penggunaan media sosial adalah untuk menjimatkan kos dan mengurangkan kekadang dalam menyampaikan maklumat khususnya kepada pekerja (Tobergte, 2010). Secara tidak langsung, implikasi penggunaan media sosial semakin dirungkaikan bukan hanya tertumpu ke arah sosialis, tetapi ia dapat dimanfaatkan dan memberikan hasil yang berkepentingan.

Walaupun, kepesatan teknologi semakin diketengahkan dan menjadi agenda dalam pelbagai bidang, namun limitasi dan kekangan serta cabaran berkaitan bidang ini perlu diteliti. Kewujudan jenayah dalam teknologi juga banyak memberi kesan kepada segelintir pihak. Masalah penyalahgunaan data peribadi serta gambar semakin membimbangkan kerana ia mewujudkan kluster buli dalam kalangan pengguna media sosial. Maklumat data peribadi yang tidak dikawal dan ditetapkan sebagai laman privasi boleh menyebabkan kecurian data dilakukan oleh pihak yang tidak bertanggungjawab. Selain itu, cabaran memperoleh capaian internet juga menjadi antara faktor kekangan penyebaran teknologi menghadapi kesulitan semasa digunakan. Liputan internet yang masih lemah menyebabkan penyebaran teknologi masih memerlukan sebaran secara efektif dan eksperimentasi secara berkala dan konsisten oleh semua pihak.

■ 2.0 KAJIAN LITERATUR

Peralihan dan transisi dunia yang menganjak ke tahun 2000 telah menunjukkan fasa perubahan dalam penggunaan teknologi yang semakin meningkat. Sejak tahun 2000 sehingga kini 2020, selama 20 tahun teknologi dalam negara dilihat semakin berkembang maju dengan pesat dan drastik. Seperti yang kita sedia maklum, pada tahun 2000-2010, kebanyakan pengguna laman media sosial terdiri daripada golongan remaja sahaja. Ini kerana, penggunaan Internet masih mempunyai batasan dan limitasi. Kebanyakan remaja mengakses Internet di tempat-tempat tertentu iaitu *cyber cafe* dan di rumah. Sebaliknya, golongan warga dewasa sibuk mencari rezeki dan golongan warga tua pula tidak berminat dengan teknologi pada ketika itu (Kargar & Azimzadeh, 2009). Sebaliknya, perubahan dunia dalam teknologi tidak mampu ditepis kerana ia adalah keperluan yang harus diketahui dan telah menjadi kepentingan umum.

Desakan dan keperluan dalam kepelbagaian fungsi serta tanggungjawab drastik dan dramatik telah mengangkat budaya baru iaitu teknologi sebagai dambaan dan keperluan. Malah, penggunaan Internet telah berlaku dalam skala yang besar seawal tahun 2010 sehingga tahun 2020 yang mana rata-rata pengguna laman media sosial adalah dari kalangan pelbagai lapisan masyarakat dan peringkat umur. Bahkan, ada golongan ibu bapa muda yang membuka akaun laman media sosial untuk anak-anak mereka yang masih bayi. Misalnya *Instagram* dan *Facebook* rata-rata mempunyai pengguna yang berusia 1 hingga 12 bulan yang mana akaun tersebut dikendalikan oleh ibu bapa mereka sendiri. Implikasinya juga memperlihatkan seakan menjadi satu tanggungjawab dan kemestian setiap individu untuk memiliki media sosial. Antara faktor yang kerap diketengahkan adalah keperluan berkomunikasi, berinteraksi, pertukaran idea dan pandangan, berkongsi video dan gambar terkini serta perbincang tentang isu-isu semasa secara atas talian (Ali, 2012).

Berdasarkan data yang dikongsi oleh *Global Web Indeks* pada tahun 2011, negara Malaysia merupakan antara negara yang paling aktif dalam menggunakan laman media sosial (Ali, 2012). Ini kerana, berdasarkan kedudukan dan statistik di seluruh Asia Tenggara pada tahun 2011, Malaysia menduduki antara negara paling aktif menggunakan media sosial dalam pelbagai hal dan perkara selepas dua negara lain iaitu Filipina dan Indonesia. Bahkan, menurut Mohd Saleh et al. (2018) indeks berkaitan penggunaan Internet dan teknologi penduduk di Malaysia adalah berada dalam lingkungan 64 buah negara yang mempunyai pembangunan dalam penggunaan teknologi. Justeru, kerajaan sentiasa cekap dan pantas memberikan perkhidmatan yang sewajarnya kepada penduduk Malaysia. Antara tindakan yang dijalankan termasuklah peningkatan sistem penyampaian maklumat di laman media sosial (Mohd Saleh et al., 2018). Tindakan ini merupakan langkah bijak dalam memastikan hubungan interaksi khususnya para pelajar dengan pendidik atau para majikan dengan pekerja kekal aktif walaupun terdapat kekangan dan halangan. Antara kekangan dan halangan yang berlaku mungkin disebabkan oleh penularan wabak atau bencana alam yang berlaku secara drastik. Secara tidak langsung, landskap perubahan struktur dalam negara sejajar dengan anjakan revolusi ke arah sistem pengurusan berasaskan teknologi dalam industri 4.0 (Kang, 2014).

2.1 Revolusi Media Sosial Yang Terkemuka Di Malaysia

Menurut Casalo, Carlos dan Guinaliu (2011) kemunculan teknologi dan perkembangan bidang multimedia jelas memperlihatkan struktur perkembangan industri dalam negara semakin maju dan holistik. Kecekapan dan pengetahuan yang dipamerkan oleh segelintir rakyat Malaysia sangat holistik semasa mengaplikasikan teknologi secara efisien dan sistematik (Mohd Saleh et al., 2018). Bahkan, kajian yang dijalankan oleh Mohd Saleh et al. (2018) semasa tahun 2016 menunjukkan bahawa kadar statistik pengguna Internet di Malaysia adalah sebanyak 20.62 juta orang. Jumlah yang diperolehi pada tahun 2016 dilihat telah mengalami fasa pertambahan berbanding tahun sebelumnya iaitu 2015. Unjuran dan pertambahan ini jelas menunjukkan hampir separuh penduduk Malaysia berminat dan mampu menggunakan Internet dalam kehidupan harian mereka.

Di Malaysia, penggunaan rangkaian laman media sosial adalah perkara yang telah menjadi kelaziman dan kebiasaan. Jika dahulu hanya anak muda dan golongan remaja yang gemar menggunakannya, kini warga tua juga tidak ketinggalan untuk mempelajari apa itu media sosial. Malah, golongan wanita yang berstatus ibu serta warga emas yang bergelar datuk dan nenek juga menjadi sebahagian pengguna laman media sosial. Antara laman media sosial yang digemari dan boleh digunakan oleh pelbagai peringkat umur adalah *WhatsApp*, *Facebook*, *Telegram*, *WeChat*. Kesemua aplikasi ini digunakan sebagai platform untuk berkomunikasi dengan keluarga dan rakan mereka. Urusan komunikasi pula merangkumi aspek harian sosial, urusan kerja dan urusan peribadi. Bahkan, implikasi positifnya adalah media sosial mampu menjadi penghubung antara rakan yang terpisah sejak berpuluh tahun lamanya. Sehubungan dengan itu, justifikasi yang mengatakan media sosial merenggangkan manusia adalah tidak tepat kerana kepentingan tersirat media sosial adalah mampu mengeratkan dan menjadi laman jejak kasih antara individu yang berkaitan.

Jika ditinjau dari segi penggunaan media sosial dalam kalangan rakyat Malaysia, kita dapat melihat bahawa banyak pilihan yang boleh digunakan sebagai platform interaksi media sosial. Kepesatan dalam peralihan penggunaan media sosial dilihat rancak dan dramatik seawal tahun 2012. Ini dibuktikan dalam kajian yang dijalankan oleh Ali pada tahun 2012, antara platform tersebut termasuklah *Facebook*, *Twitter*, *LinkedIn*, *Myspace* dan *Friendster*. Jadual 1 menunjukkan penjelasan berkaitan dengan fungsi dan profil revolusi media sosial yang dikaji pada tahun 2012. Selain daripada senarai di atas, terdapat juga beberapa rangkaian media sosial yang wujud dan dikenali ramai pada tahun 2011. Namun, rangkaian sosial tersebut tidaklah terkenal dan sekukuh laman sosial yang disenaraikan dalam Jadual 1. Antara rangkaian media sosial lain adalah *Digg*, *Orkut*, *Badoo*, *Netlog*, *MeetUp*, *Habbo*, *Zorpia*, *Classmates* dan sebagainya.

Berdasarkan senarai yang dinyatakan, ini menunjukkan media sosial dan aplikasi komunikasi merupakan platform yang penting dalam menghubungkan manusia sama ada dalam urusan harian ataupun pekerjaan. Tambahan pula, Guo, Liu dan Liu (2016) menjelaskan bahawa media sosial adalah sistem penyampaian dan perkongsian maklumat yang signifikan dan berkesan. Media sosial juga dikenali sebagai platform atau medium yang mudah digunakan dan mesra pengguna. Pelbagai urusan boleh dilakukan dan disempurnakan melalui media sosial khususnya dalam urusan menghantar dan menerima (Omar & Sallehuddin, 2011). Justeru, Tariq dan Mattoo (2013) mengklasifikasikan bahawa media sosial mempunyai empat kategori. Pertama, rangkaian talian dan ekosistem iaitu *Facebook*, *LinkedIn*, *Instagram* dan *Twitter*. Kedua, penerbitan dalam talian iaitu *YouTube*, *Flickr*, *RSS* dan *SlideShare*. Ketiga, platform kolaborasi atas talian (*MediaWiki* dan *Blog*). Akhir sekali adalah sistem berasaskan maklum balas dalam talian seperti interaksi, ulasan dan kaji selidik. Kesemua media sosial ini dilihat banyak memberikan kebaikan dan membantu pelbagai agensi serta organisasi dalam memantapkan kualiti perkhidmatan mereka. Ianya bukan sahaja memberi manfaat kepada organisasi atau penganjur media sosial, tetapi juga membantu ramai klien dan pengguna untuk bekerja secara pintar, pantas dan pantas melalui media sosial (Ahmad et al. 2012). Situasi ini jelas menunjukkan signifikan media sosial adalah *win-win situation* dalam semua pihak sama ada pembangunan dan penggunaan sistem.

Jadual 1 Fungsi dan profil revolusi media sosial di Malaysia pada tahun 2012

Media	Profil dan Fungsi
<i>Facebook</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Dilancarkan pada bulan Februari 2004 • Dimiliki oleh Facebook Inc. • Diasaskan oleh Mark Zuckerberg • 2004 hingga 2011 telah mempunyai 500 juta pengguna yang aktif • Digunakan oleh individu, organisasi dan pertubuhan • Tujuannya untuk membantu interaksi dan merapatkan hubungan antara individu
<i>Twitter</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Dimiliki dan dikendalikan oleh Twitter Inc. • Menawarkan perkhidmatan <i>Microblogging</i> • Menawarkan rangkaian media sosial • Membolehkan mesej dihantar dan dibaca • Mesej dikenali sebagai <i>Tweets</i> • Maklumat sangat pantas • Mendepani media lain untuk melaporkan perkembangan
<i>LinkedIn</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Laman media sosial berorientasikan perniagaan • Ditubuhkan pada Disember 2002 • Dilancarkan pada Mei 2003 • Digunakan sebagai rangkaian profesional • Mempunyai lebih daripada 80 Juta pengguna berdaftar (pada 2 November 2010) • Merangkumi lebih daripada 200 buah negara dan wilayah di seluruh dunia
<i>MySpace</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Ibu pejabatnya terletak di Beverly Hills, California • Merupakan rangkaian sosial paling popular di Amerika Syarikat (pada Jun 2006)
<i>Friendster</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Sebuah laman web rangkaian sosial • Berpusat di Morgan Hill, California • Mempunyai lebih 11.5 juta pengguna berdaftar pada setiap bulan • Mempunyai lebih 61 juta pelawat pada setiap bulan • Merupakan antara 600 laman global yang terkemuka

Sumber : Kajian Ali (2012)

2.2 Kecenderungan Rakyat Malaysia Dalam Menggunakan Aplikasi Media Sosial

Laman rangkaian media sosial *Facebook* merupakan aplikasi yang menduduki tangga teratas dan kerap dikunjungi oleh masyarakat Malaysia. Begitu juga dengan laman *Twitter* yang tidak kurang hebatnya dalam mengumpulkan jumlah pengikut di laman media sosialnya. Selain itu, dalam konteks hubungan interaksi harian, majoriti masyarakat di Malaysia menggunakan aplikasi *WhatsApp*, *Facebook*, *Tik Tok*, *Instagram*, *Zoom*, *Hangout Meet* dan sebagainya. Namun, dalam kajian ini, pengkaji akan memperincikan beberapa aplikasi yang menjadi keutamaan dan dilihat *trending* dalam kalangan masyarakat di Malaysia (Ragavendra et al., 2018).

Masyarakat Malaysia lazimnya menggunakan aplikasi media sosial *Facebook* untuk menjalankan pelbagai aktiviti. Antara aktiviti yang menjadi keutamaan mereka adalah aktiviti perniagaan, urusan jual beli, perkongsian resipi, perkongsian info serta maklumat dan perkongsian video serta gambar mereka (Syed Chear, 2017). Ke kerapannya dan latar belakang pengguna *Facebook* pula adalah dominan dalam kalangan pengguna dewasa dan warga yang berusia. Ini kerana, golongan muda khususnya remaja lebih cenderung untuk menggunakan aplikasi *Instagram*. Generasi muda pula lebih berminat dengan aplikasi yang berunsur permainan dan hiburan termasuklah *Tik Tok*.

Menurut Sualman (2019) rakyat Malaysia dikategorikan sebagai kelompok yang mengalami ketagihan media sosial yang agak serius. Bukan sahaja golongan dewasa dan remaja, bahkan kanak-kanak juga telah menjadi ketagih dalam media sosial. Fenomena ini berpunca daripada kemampuan golongan anak kecil ini yang sudah memiliki telefon pintar seawal sekolah rendah lagi (Sualman, 2019). Pada tahun 2019, Sualman (2019) melihat Malaysia menduduki tangga ketiga selepas Filipina dan Hong Kong dalam isu ketagihan Internet. Isu ini dikategorikan sebagai masalah kurang pergaulan kerana kanak-kanak tidak cenderung untuk bermain secara fizikal bersama rakan-rakan mereka. Mereka lebih berminat untuk melayari Internet dan bermain telefon pintar secara sendiri. Sikap ini boleh menjana personaliti *introvert* yang agak agresif dan dominan. Sualman (2019) juga mendapati sebanyak 79 peratus rakyat Malaysia kerap menggunakan *Facebook* sebagai medium utama media sosial pada tahun 2019. Selain itu, tahun 2019 juga memperlihatkan kecenderungan rakyat Malaysia dalam aplikasi lain khususnya *Twitter*, *Youtube* dan *Instagram*. Bahkan, rakyat Malaysia dilihat mampu menghabiskan masa setiap selang 10 minit semata-mata untuk menyemak perkembangan di media sosial.

Ke kerapannya penggunaan media sosial dalam kalangan rakyat Malaysia boleh mendatangkan kesan negatif sekiranya salah guna penggunaan media sosial dilakukan. Antara bentuk salah guna media sosial adalah melayari laman tersebut di waktu yang tidak sewajarnya termasuklah semasa waktu kerja, mesyuarat, kuliah atau memandu. Sikap ini bukan sahaja menunjukkan tingkah laku yang tidak beretika, tetapi ia juga menyebabkan ancaman nyawa sekiranya ia dikendalikan semasa waktu memandu. Risiko kemalangan boleh berlaku pada bila-bila masa. Senario ini sekaligus menjadikan rakyat Malaysia antara pengguna laman media sosial yang ketagih dan ekstremis.

Arus kemodenan dan perubahan komunikasi fizikal juga berlaku dalam kalangan pengguna warga tua dimana mereka lebih gemar berkomunikasi secara atas talian berbanding dengan kaedah tradisional iaitu berborak, bersantai dan budaya ziarah antara satu sama lain. Malah, warga tua di kawasan luar bandar juga semakin giat dalam menggunakan lama media sosial. Walaubagaimanapun, kesan negatif

akibat penggunaan media sosial dalam kalangan generasi tua adalah boleh menyebabkan masalah penipuan berlaku. Sebagai contohnya, jika warga emas yang menggunakan media sosial untuk membeli barangan dan keperluan, ia boleh menyebabkan kes penipuan sekiranya kurangnya ilmu pengetahuan dalam hal yang berkaitan. Kes-kes ini boleh mencetuskan kekeliruan, jenayah siber serta boleh mengancam nyawa jika ia tidak dikawal dengan baik. Sehubungan dengan itu, rakyat Malaysia disarankan mengehadkan penggunaan media sosial serta tidak berkongsi segala perihal dan informasi di media sewenang-wenangnya.

2.3 Platform Interaksi Atas Talian Untuk Sektor Pekerjaan

Dunia semakin mencabar dan banyak berdepan dengan hal-hal yang berlaku secara drastik dan dramatik. Bencana dan wabak merupakan perkara yang berada di luar kotak pemikiran manusia dan kadang-kala ia gagal dikawal. Sebagai contoh, pada tahun 2020 negara dan dunia digemparkan dengan pandemik wabak Covid-19 yang mana banyak memberi kesan dan implikasi khususnya dalam sektor ekonomi dunia. Banyak nyawa terkorban dan ramai individu yang mengalami kesakitan akibat penularan wabak ini (Berita Nasional, 2020). Bahkan, Malaysia merupakan antara negara yang mengambil langkah untuk menjalankan kawalan pergerakan. Kawalan pergerakan yang dilakukan ini telah memberi kesan dalam kehidupan harian manusia termasuklah aktiviti pekerjaan. Mendepani cabaran dan hal yang mengugurkan ini, media sosial dan interaksi atas talian telah menjadi wadah keutamaan semua pihak. Ini dijelaskan oleh Ali (2012) bahawa langkah ini merupakan agenda bijak dalam memastikan semua pihak mampu meneruskan tugas dan kerjaya secara normal. Sistem atas talian membolehkan pekerja menjalankan tugas secara normal dari rumah (Fernando, 2010). Walaubagaimanapun, kekangan dan cabaran sistem kerja dari rumah memperlihatkan had dan batasan liputan Internet yang dilihat masih tidak menyeluruh di seluruh kawasan terutamanya kawasan di luar bandar.

Pihak syarikat telekomunikasi dan Internet sewajarnya mengkaji hal ini secara mendalam. Limitasi liputan yang boleh mengganggu pelbagai aktiviti khususnya sektor pekerjaan boleh menjejaskan banyak pihak khususnya sektor ekonomi dalam negara. Tambahan pula, Hosain dan Silva (2009) mendapati bahawa media sosial mempunyai peranan yang lebar dan skala interaksi yang besar. Melalui media sosial, ia memberi peluang kepada warga pekerja dan majikan untuk aktif dan mudah berinteraksi pada bila-bila masa tanpa mengira lokasi dan tempat. Misalnya, aplikasi *WhatsApp* membolehkan perkongsian dokumen, video dan juga majikan boleh menghubungi pekerja secara *Video Call* bagi mendapatkan sebarang kepastian dan bukti ketika menjalankan tugas di sesebuah lokasi yang ditempatkan. Semua aplikasi ini hanya memerlukan data Internet dan liputan dan terbaik.

Selain itu, Kaplan dan Haenlein (2010) pula menentengahkan pandangan bahawa media sosial mampu menggalakkan penglibatan individu secara aktif dalam mengakses maklumat, menghantar mesej dan info, berbincang serta memberikan pandangan kepada pihak yang berkaitan. Bahkan, media sosial dan aplikasi atas talian membolehkan aktiviti penyampaian maklumat dijalankan secara demokratik dan tersusun (Kwon & Wen, 2010). Media sosial dan pelbagai aplikasi boleh dijalankan secara segerak atau berekod berdasarkan kepada keperluan majikan dan organisasi masing-masing. Sebagai contohnya, mesyuarat dan perbincangan atas talian antara negara atau negeri yang berbeza boleh dijalankan dengan cepat dan menjimatkan kos perjalanan serta kos tenaga. Malahan, ia boleh dilakukan secara serentak dengan kadar yang lebih cepat. Aplikasi *Zoom* dilihat menjadi kemudahan mesyuarat secara atas talian secara pantas dan cekap. Namun, liputan Internet perlulah memenuhi piawaian interaksi supaya lancar dan kekal efektif.

Selain aktiviti formal, komunikasi tidak formal juga seringkali menjadi interaksi antara warga kerja. Rakan sekerja misalnya banyak berkongsi gambar dan video serta informasi di laman media sosial. Kritikan dan komen lazimnya diberikan khususnya rakan sekerja. Ianya kelihatan santai dan tidak penting, tetapi dalam konteks hubungan antara manusia ia dilihat sebagai salah satu aktiviti sosial yang boleh merapatkan hubungan rakan sekerja. Faktor kesibukan dan komitmen dengan keluarga masing-masing seringkali membataskan rakan sekerja untuk bersosial secara fizikal. Namun, sosial secara maya masih boleh dikekalkan melalui laman media sosial dan interaksi atas talian. Antaranya termasuklah aktiviti berkongsi video, bermain *games* bersama secara atas talian dan berkongsi resipi di dalam laman media sosial (Ali, 2012). Secara tidak langsung, mereka dapat mengurangkan tekanan secara fisiologi dan psikologi semasa sedang berinteraksi dalam pelbagai isu dan perkara yang berkaitan dengan kerja di laman media sosial (Yusop & Sumari, 2013). Ketegangan emosi dan fizikal dapat dikurangkan dan mampu memberikan ketenangan dan aktiviti kerja lebih dilakukan dalam persekitaran yang santai dan tidak membebankan (Valenzuela, 2013).

2.4 Keberkesanan Media Sosial Dalam Menjana Sumber Pendapatan

Laman media sosial khususnya *Facebook* dilihat menjadi antara pilihan utama peniaga atas talian untuk mempromosikan barangan, perkhidmatan dan produk mereka. Kreativiti mereka dilihat sangat membanggakan bilamana ada di kalangan peniaga *online* yang boleh meraih keuntungan maksimum hanya melalui laman media sosial. Antara faktor yang menjadi penyumbang kejayaan tersebut adalah sikap yang untuk menjalankan promosi. Ini kerana, promosi merupakan antara aspek terpenting dalam hala tuju perniagaan Ke et al. (2009). Aktiviti promosi boleh dijalankan melalui video yang menarik dan kreatif (Kwon & Wen, 2010). Aplikasi video yang banyak disediakan di telefon pintar kini boleh diaplikasikan sebagai modal dalam perniagaan secara percuma. Namun, kreativiti seseorang masih diperlukan dalam memastikan video yang dipaparkan bagi tujuan promosi dan pemasaran dapat menarik minat pembeli. Intipati video juga perlu dipastikan agar tidak memberi makna sensitif dalam segelintir pihak khususnya dari aspek sensitiviti perkauman, umur, jantina dan latar belakang yang berkaitan.

Media sosial sememangnya menjadi ikutan dan keperluan dalam meningkatkan pendapatan. Tambahan pula, struktur ekonomi yang agar mencabar menyebabkan ramai pihak yang semakin maju ke hadapan. Tidak ketinggalan, golongan suri rumah juga sudah boleh dan menambah pendapatan keluarga melalui perniagaan atas talian yang dijalankan secara sambilan dan maya (Ali, 2012). Kewujudan media sosial telah menjadi salah instrumen dan alat penghubung antara penjual dan pembeli (Ta & Zyngier, 2016). Ini kerana, media sosial dan interaksi secara atas talian berfungsi untuk menyampaikan maklumat, ideologi dan mencari ahli dan rakan dalam perniagaan (Ali, 2012). Selain daripada mempromosikan barangan, produk serta perkhidmatan, media sosial banyak menyediakan kursus dan ceramah motivasi perniagaan kepada pengguna. Motivasi tersebut disampaikan sama ada secara langsung atau tidak langsung. Bahkan, kandungan ceramah dan motivasi yang disampaikan adalah dalam kalangan ahli perniagaan yang berjaya. Selain itu, testimoni dan pengalaman turut dikongsikan di laman media sosial oleh segelintir peniaga atas talian yang telah berjaya.

Selain itu, ia media sosial sangat signifikan sebagai medium pemasaran. *Facebook* merupakan alat pemasaran paling murah dan percuma. Peniaga hanya perlu membina laman atau *page* mereka. Melalui *page*, profil atau maklumat berkaitan dengan barang, produk dan perkhidmatan akan diperincikan dan kaedah pembayaran juga akan dijelaskan dengan mendalam. Bagi peniaga yang berskala besar, mereka boleh mendapatkan khidmat konsultan atau pakar dalam memastikan laman perniagaan mereka dapat menarik minat pembeli. Sebaliknya, bagi peniaga yang berskala kecil, mereka boleh menggunakan teknik perniagaan yang normal. Namun, faktor harga dan kemudahan urusan jual beli sangat mempengaruhi minat pembeli untuk mendekati laman media sosial penjual berkenaan (Heck, Hilbig & Moshagen, 2017). Bukan sahaja peniaga atas talian sepenuh masa, bahkan perniagaan secara fizikal juga boleh menggunakan platform ini dalam menarik minat pelanggan. Ini dibuktikan dalam hasil penuluran yang mana ia sangat signifikan dan memberi kesan dalam membantu perniagaan seseorang. Sebagai contohnya, restoren dan kedai makan yang ditularkan akan menerima kritikan atau pujian secara terperinci oleh pelanggan berdasarkan menu, harga, waktu perniagaan, lokasi dan persekitaran. Gambar dan juga informasi yang ditularkan secara tidak langsung akan menarik minat pelanggan lain untuk berkunjung ke restoren atau gerai tersebut.

Sekiranya perniagaan atas talian yang dijalankan adalah secara maya seratus peratus, maka peniaga perlulah lebih kreatif dan mungkin menggunakan cara lain untuk menarik minat pembeli. Antaranya, testimoni urusniaga dan kualiti barang yang dijual dan diterima boleh diperjelaskan oleh setiap pelanggan yang telah membuat urusan jual beli. Malah, kaedah maklum balas melalui *Gogle Form* boleh dilakukan dan dianalisis secara terperinci. Statistik dan nilai komen positif atau negatif perlulah dinyatakan dengan tepat dan jujur. Penipuan dan komen yang tidak munasabah perlu dielakkan supaya pelanggan sentiasa mempercayai dan tidak ragu akan perkhidmatan dan perniagaan yang disediakan. Kaedah penghantaran dan kepercayaan pembeli juga perlu dibina bagi memastikan pemasaran berlangsung dengan sistematik dan lancar. Tanpa kita sedari, banyak peniaga atas talian khususnya di *Facebook* telah membina empayar perniagaan yang terkenal dan terkemuka. Namun, peniaga atas talian secara sepenuhnya perlu sedar dan gigih dalam membuat interaksi dan sentiasa memberi maklum balas setiap pertanyaan dan komen yang diberikan oleh pelanggan. Paparan video dan gambar yang disediakan juga perlu berkualiti agar pelanggan berpuas hati dan tertarik dengan barangan, produk atau perkhidmatan yang ditawarkan (Ngai, Tao & Moon, 2017).

Bagi tujuan penambahan peluang pendapatan, media sosial dan aplikasi atas talian tidak pernah meletakkan had dan limitasi dalam pengguna yang ingin menjalankan perniagaan atau pemasaran. Semua golongan dan lapisan masyarakat boleh dan bebas menggunakan media sosial Shiratuddin et al. (2016) untuk menambahkan pendapatan mereka. Walaubagaimanapun, etika dan tatacara berhemah semasa menggunakan media sosial perlu dipatuhi bagi mengelakkan masalah dan kesilapan semasa berinteraksi atas talian. Sebagai contohnya, pelajar juga boleh membuat program keusahawan secara atas talian. Program keusahawan pelajar lazimnya dilakukan secara sambilan atau mod belajar sambil berniaga. Justeru, etika dan protokol sebagai pelajar perlu dipatuhi. Disiplin dan tanggungjawab dalam menguruskan pelajaran juga wajar dilaksanakan dan diberi keutamaan berbanding dengan perniagaan secara atas talian (Ritchi, Wahyudi & Susanto, 2015). Selain itu, gaya promosi mestilah tidak melanggar etika komuniti dan syariah. Teknik promosi yang bertentangan dengan agama dan komuniti perlu dihindari bagi mengelakkan kecaman dan pandangan negatif pembeli. Jika perkara ini tidak dielakkan, ia akan menyebabkan perniagaan gagal atau kemungkinan peniaga boleh dikenakan tindakan saman sekiranya ia telah melampaui batas agama dan masyarakat.

2.5 Platform Media Sosial Atas Talian Dalam Sektor Pendidikan

Menurut Abdul Latiff et al. (2015) penggunaan media sosial yang tidak terkawal boleh menyebabkan golongan remaja leka dan enggan mengulangkaji pelajaran. Tidak dinafikan mereka juga memerlukan media sosial untuk berinteraksi bersama dengan rakan-rakan bagi mengurangkan masalah dan tekanan khususnya ketika berada dalam lingkungan jarak jauh. Misalnya, pada Mac 2020 pihak kerajaan telah mengeluarkan kenyataan rasmi berkaitan dengan Perintah Kawalan Pergerakan (PKP) akibat daripada penuluran wabak Covid-19 yang sangat membimbangkan (MKN, 2020). Inisiatif ini telah menggalakkan penggunaan aplikasi komunikasi dan media sosial sebagai platform penting dalam membantu remaja dan pelajar untuk meneruskan pembelajaran di rumah secara jarak jauh. Inisiatif dan saranan ini sangat dititikberatkan terhadap pelajar-pelajar yang bakal menduduki peperiksaan penting seperti UPSR, PT3, SPM dan STPM yang sangat terkesan dengan perubahan dan arahan PKP ini. Namun, kewujudan media sosial dan aplikasi interaksi yang moden masih memberi laluan dan kemudahan kepada guru membimbing pelajar secara atas talian.

Menurut Abdul Rabu dan Hussin (2018) serta Al-Bahrani dan Patel (2015), sektor pendidikan merupakan antara sektor yang banyak menggunakan platform dan indikator komunikasi serta pendekatan interaksi atas talian. Kepelbagaian aplikasi, sistem dan juga platform menyebabkan ramai guru dan pensyarah semakin menggiatkan teknik pembelajaran berasaskan mod campuran. Misalnya terdapat institusi yang mewajibkan warga pendidik menggunakan sistem pengajaran dan pembelajaran secara mod campuran atau juga dikenali sebagai *blended learning*. Mod campuran kelihatan sukar namun ia mampu membantu sebarang masalah dan kebarangkalian yang tidak dijangka. Contohnya, masalah wabak Covid-19 telah menggesa seluruh warga pendidik menggunakan mod pembelajaran atas talian yang kondusif secara maksimum demi memastikan jam pembelajaran dan hasil pembelajaran kekal tercapai dan dijalankan dengan baik.

Mat Dawi et al. (2016) mendapati, pada era globalisasi dan ICT ini, pembelajaran berteraskan teknologi dan atas talian amatlah digalakkan. Pengendalian proses pembelajaran dan pengajaran perlulah dikekalkan secara kreatif dan diberi suntikan inovatif sepanjang sesi interaksi bersama pelajar dijalankan. Melalui interaksi atas talian, pengajar dan warga pendidik masih kekal berhubung dengan pelajar walaupun berada dalam jarak lokasi yang jauh (Hussin, 2017). Sebagai contohnya, sekiranya pensyarah perlu menghadiri kursus atau persidangan penting di luar negara, mereka masih boleh meneruskan sesi pengajaran dan pembelajaran secara atas talian dengan melihat wajah pelajar bagi memastikan rekod kehadiran dapat dicatatkan (Andreas & Michael, 2010). Tambahan pula, sesi soal jawab masih boleh dijalankan secara langsung dan segerak. Kelebihan pembelajaran segerak adalah membolehkan para pensyarah menggunakan kaedah pengajaran secara bersemuka kerana aplikasi dan sistem pendidikan atas talian yang moden ini merupakan agenda falsafah dasar pendidikan negara pada masa hadapan (Boyd & Ellison, 2008).

Oleh kerana perubahan struktur dalam pola pendidikan negara, teknik pengajaran dan pembelajaran berasaskan teknologi perlu diterapkan di sekolah dan universiti sama ada agensi awam atau swasta. Keperluan yang dijalankan perlu selari dengan pembelajaran digital yang mana manusia perlu kekal berinteraksi dalam apa juga keadaan walaupun tanpa perlu bersemuka (Duff, 2008). Gabungan pelbagai media dalam teknologi pendidikan perlu dikekalkan agar keseronokan dan konsistensi pembelajaran dapat diselarikan antara teknik pembelajaran atas talian dan teknik pembelajaran bersemuka (Choi & Cheolil, 2002; Destina, Salam & Abd. Rahim, 2013).

Misalnya Abd Rahim (2014) menegaskan keperluan pembelajaran secara atas talian adalah melalui kombinasi elemen yang menarik dalam menggabungkan teknik suara, bunyi, gambar, video dan teks dan kemudian diselarikan dengan medium elektronik teknologi terkini. Kesediaan dan kecekapan pengajar perlu dibangunkan supaya kelancaran pengajaran dan pembelajaran dapat dilakukan dengan baik (Mokhtar, 2020).

Bagi sistem pendidikan di sekolah pula, guru-guru di Malaysia semakin kreatif dengan memberikan perkongsian ilmu dilaman media sosial (Mokhtar, 2020). Antara laman media sosial yang banyak mempamerkan perkongsian aktiviti pengajaran dan pembelajaran persekolahan adalah *Facebook*. Ini kerana, *Facebook* merupakan antara media sosial yang banyak disertai oleh golongan ibu bapa berbanding dengan aplikasi lain terutamanya *Instagram* yang lebih digemari oleh golongan remaja dan artis. *Facebook* juga menyebabkan ramai pakar pendidik tampil secara sukarela dalam berkongsi ilmu dan idea serta tips setiap pembelajaran berdasarkan kepakaran mereka. Bahkan, latihan yang disediakan juga dikongsi dan diambil oleh pelajar termasuklah latihan menggunakan *Google Form*. Permarkahan dalam latihan juga lazimnya boleh dicapai selepas pelajar menjalankan latihan yang diberikan. Silibus dan skema jawapan juga kadangkala turut diberikan bagi memastikan kesempurnaan pembelajaran pelajar terjamin dan sempurna. Menurut Aziz (2015), pembelajaran atas talian merupakan pembelajaran yang sangat menarik kerana ia dilengkapi dengan sumber digital. Konsep pembelajaran ini lebih dikenali sebagai E-Pembelajaran. Tambahan pula, maklumat dan bahan yang disediakan lebih berstruktur dan bersepadu dalam boleh dimuat turun secara percuma (Aziz, 2015; Mokhtar, 2020).

■3.0 OBJEKTIF KAJIAN

- 3.1 Mengetahui pasti media sosial yang terkemuka di Malaysia
- 3.2 Mengetahui pasti tahap kecenderungan rakyat Malaysia dalam menggunakan aplikasi media sosial
- 3.3 Mengetahui pasti platform interaksi atas talian untuk sektor pekerjaan
- 3.4 Mengetahui pasti keberkesanan media sosial dalam menjana sumber pendapatan
- 3.5 Mengetahui pasti platform media sosial atas talian dalam sektor pendidikan

■4.0 METODOLOGI KAJIAN

Kaedah kajian yang dijalankan adalah berbentuk kajian perpustakaan. Pengkaji telah meneliti dan mengenalpasti beberapa isu yang berkaitan dengan aplikasi media sosial dan interaksi atas talian dalam kedua-dua kluster kajian iaitu bidang pendidikan dan sektor pekerjaan. Objektif kajian yang dibina juga adalah berlandaskan kepada kedua-dua kluster ini. Hubungan antara pembinaan objektif dengan kluster umum, kluster pendidikan serta sektor pekerjaan telah diringkaskan dalam Jadual 2.

Jadual 2 Pembinaan objektif dalam kluster kajian

Kluster Kajian	Objektif Kajian
Umum	Objektif kajian pertama: Mengetahui pasti media sosial yang terkemuka di Malaysia
	Objektif kajian kedua: Mengetahui pasti tahap kecenderungan rakyat Malaysia dalam menggunakan aplikasi media sosial
Pekerjaan	Objektif kajian ketiga: Mengetahui pasti platform interaksi atas talian untuk sektor pekerjaan
	Objektif kajian keempat: Mengetahui pasti keberkesanan media sosial dalam menjana sumber pendapatan
Pendidikan	Objektif kajian kelima: Mengetahui pasti platform media sosial atas talian dalam sektor pendidikan

Data dan maklumat yang diperolehi adalah berdasarkan beberapa kaedah metodologi kajian seperti analisis kritikal, kajian secara sistematik dengan melihat dan mengkaji data-data sekunder daripada jurnal dan kajian lepas yang telah dibuktikan secara empirikal. Bahan bacaan yang berkaitan juga dikenalpasti untuk memantapkan kajian. Selain itu, pengkaji juga telah menjalankan kajian secara kuantitatif dengan menggunakan soalan secara terbuka secara atas talian di laman *Facebook*. Soalan dan kajian yang dijalankan menggunakan persampelan rawak mudah dengan meletakkan satu paparan dan meminta rakan di media sosial memberikan maklum balas. Jumlah populasi yang ditetapkan adalah seramai 300 orang rakan media sosial pengkaji yang aktif di laman media sosial. Sehubungan dengan itu, jumlah anggaran sampel kajian yang dijangka akan maklum balas sebagai responden adalah 150 orang sahaja. Namun, hanya beberapa maklum balas yang jelas diambil sebagai responden dalam kajian yang dijalankan. Walaubagaimanapun, latar belakang dan identiti responden tidak dikenalpasti kerana ia tidak berkaitan dengan kajian. Responden hanya mengambil maklumat jantina yang diperolehi berdasarkan kepada profil maklumat rakan di *Facebook* tersebut. Jadual 3 menunjukkan soalan yang ditanyakan di laman media sosial semasa menjalankan kutipan data. Dapatan kajian seterusnya hanya dianalisis secara manual dengan mengambil kira jumlah kekerapan setiap justifikasi jawapan responden kajian.

Jadual 3 Soalan kajian kepada responden

Soalan kajian	Sasaran objektif
1. Sila nyatakan bentuk interaksi atas talian yang digunakan di tempat kerja anda	Objektif kajian ketiga: Mengenal pasti platform interaksi atas talian untuk sektor pekerjaan
2. Adakah media sosial membantu anda menjana sumber pendapatan.	Objektif kajian keempat: Mengenal pasti keberkesanan media sosial dalam menjana sumber pendapatan

5.0 ANALISIS KRITIKAL KAJIAN LEPAS DAN DAPATAN KAJIAN

Penjelasan berkaitan dengan dapatan kajian telah dijelaskan dalam setiap jadual dan terdapat dua kaedah yang digunakan dalam dapatan kajian. Kaedah yang pertama adalah analisis kritikal. Dalam analisis kritikal pengkaji telah menggunakan data sekunder iaitu data pengkaji lepas. Sementara analisis yang lain adalah dapatan data primer yang mana kajian adalah dijalankan oleh pengkaji sendiri.

5.1 Revolusi Media Sosial yang Terdapat di Malaysia

Berdasarkan kajian yang dijalankan oleh Mohd Saleh et al. (2018) beliau mendapati kecenderungan media sosial yang digunakan dalam kajian beliau adalah aplikasi *Facebook* iaitu seramai 372 orang. Selepas aplikasi *Facebook*, Mohd Saleh et al. (2018) mendapati responden kajian beliau ramai menggunakan aplikasi *WhatsApp* untuk berurusan dan berinteraksi antara satu sama lain. Beliau juga mendapati aplikasi sosial yang berada pada kedudukan ketiga dan keempat adalah *Instagram* dan *Wechat* masing-masing dengan jumlah seramai 243 dan 203 orang pengguna. Selain itu, terdapat dua buah aplikasi yang mempunyai jumlah pengguna melebihi 100 orang iaitu *Youtube* (146 orang) dan *Twitter* (169 orang). Bagi aplikasi lain, jumlah penggunanya masih dalam lingkungan 100 orang dan ke bawah iaitu *Telegram*, *Flickr*, *LinkedIn* dan lain-lain aplikasi. Secara keseluruhan, Jadual 4 merupakan hasil kajian yang dijalankan oleh Mohd Saleh et al. (2018) menunjukkan media sosial *Facebook* telah menjadi laman media sosial yang kerap dan ramai digunakan oleh responden. Manakala, aplikasi *WhatsApp* pula merupakan aplikasi atas talian yang diminati oleh responden kajian. Tidak dapat dinafikan, *Facebook* merupakan aplikasi media sosial yang lama bertapak di dunia dan sememangnya terkenal dan banyak digunakan oleh pengguna dalam pelbagai tujuan dan fungsi. Malahan, *Facebook* juga sentiasa dikemaskini oleh dalam sistem dari masa ke semasa. Begitu juga aplikasi *WhatsApp* yang banyak digunakan kerana ianya mudah dan pelbagai tujuan.

Jadual 4 Kekerapan aplikasi yang digunakan

Jenis akaun media sosial	Kekerapan
<i>Facebook</i>	372
<i>Twitter</i>	169
<i>Instagram</i>	243
<i>Wechat</i>	203
<i>WhatsApp</i>	362
<i>Telegram</i>	100
<i>Youtube</i>	146
<i>Flickr</i>	12
<i>LinkedIn</i>	15
Lain-lain	7

Sumber: Kajian Mohd Saleh et al. (2018)

5.2 Kecenderungan Rakyat Malaysia dalam Menggunakan Aplikasi Media Sosial

Jadual 5 menunjukkan kadar tujuan dan penggunaan aplikasi media sosial yang digunakan oleh segelintir rakyat Malaysia. Dapatan kajian ini diperolehi daripada sumber *globalwebindex.net* pada tahun 2011 yang dinyatakan dalam kajian Nor Asmaliah (2012). Berdasarkan sumber tersebut, hasil pembacaan menunjukkan terdapat beberapa tujuan utama rakyat di Malaysia menggunakan laman media sosial. Faktor utama yang menjadi tumpuan media sosial adalah berkongsi kandungan maklumat antara satu sama lain (63 peratus). Faktor yang kedua adalah untuk menghantar dan menerima mesej (54 peratus). Faktor ketiga dan keempat adalah untuk menyertai dan membangunkan kumpulan serta tujuan pengiklanan (41 peratus). Jika kita lihat secara keseluruhan, kesemua tujuan tidak mempunyai jurang nilai yang jauh. Ini mungkin disebabkan oleh persamaan dan tujuan utamanya adalah untuk interaksi, penyampaian maklumat dan berkongsi informasi.

Jadual 5 Kecenderungan rakyat Malaysia menggunakan media sosial dan interaksi atas talian

Tujuan Media Sosial	Jumlah (Peratusan)
Berkongsi kandungan maklumat antara satu sama lain	63
Menghantar dan menerima mesej	54
Menyertai dan membuat kumpulan	41
Pengiklanan	

Sumber: <http://globalwebindex.net> (2011) dalam kajian Nor Asmaliah (2012)

Jadual 6 menunjukkan dapatan kajian yang telah dijalankan oleh Sualman (2019). Beliau mendapati pada tahun 2019, majoriti rakyat Malaysia menggunakan laman media sosial *Facebook* (79 peratus). Jumlah ini adalah sangat tinggi kerana melebihi nilai 3 kali penggunaan media sosial yang lain. Aplikasi *Twitter*, *Youtube* dan *Instagram* pula menunjukkan nilai yang agak rendah dan kurang daripada 10 peratus jumlah keseluruhan iaitu 5 peratus, 4 peratus dan 3 peratus sahaja. Bahkan, bagi lain-lain media sosial pula disimpulkan sebanyak 9 peratus sahaja kadar pengguna pada tahun 2019. Ini menunjukkan, laman media sosial *Facebook* masih terus digunakan dan diterima secara aktif sehingga ke tahun 2019. Lambakkan media sosial yang lain masih belum mampu menandingi laman media sosial *Facebook*.

Jadual 6 Kecenderungan penggunaan media sosial dalam kalangan rakyat di Malaysia pada tahun 2019

Media sosial	Kadar peratusan
<i>Facebook</i>	79 Peratus
<i>Twitter</i>	5 peratus
<i>Youtube</i>	4 peratus
<i>Instagram</i>	3 peratus
Lain-Lain	9 peratus

Sumber: Sualman (2019)

5.3 Platform Interaksi Atas Talian untuk Sektor Pekerjaan

Jadual 7 menunjukkan hasil dapatan kajian yang telah diperolehi oleh pengkaji. Dapatan ini diperolehi melalui laman media sosial. Pengkaji telah bertanya kepada rakan di media sosial berkaitan dengan platform yang digunakan oleh mereka semasa bekerja. Terdapat 117 rakan media sosial yang telah memberikan maklum balas. Hasil maklum balas yang diperolehi menunjukkan, hampir keseluruhan rakan (102 orang) menggunakan aplikasi *WhatsApp* untuk tujuan kerja mereka. Bagi aplikasi *Hangouts Meet* pula, seramai 6 orang rakan turut menggunakannya khususnya semasa mesyuarat. Begitu juga dengan aplikasi *Google Classroom*, terdapat 6 orang rakan yang menggunakan aplikasi ini bagi tujuan sesi pengajaran dan pembelajaran bersama pelajar secara atas talian. Selain itu, rakan laman media sosial pengkaji turut memberi maklum balas bahawa mereka turut menggunakan *Skype* dan *Cisco Webex* semasa mengadakan sesi perbincangan secara jarak jauh khususnya jika ia melibatkan rakan dan klien dari luar negara dengan kadar seorang sahaja bagi kedua-dua aplikasi tersebut. Berdasarkan maklum balas rakan di media sosial, hanya enam interaksi atas talian yang dinyatakan oleh mereka dalam urusan kerja masing-masing.

Jadual 7 Kecenderungan menggunakan aplikasi untuk kerja

Interaksi atas talian	Jumlah responden (orang)
<i>WhatsApp</i>	102
<i>Zoom</i>	1
<i>Hangouts Meet</i>	6
<i>Google Classroom</i>	6 (bekerja sebagai pendidik)
<i>Skype</i>	1
<i>Cisco Webex</i>	1

5.4 Keberkesanan Media Sosial dan Komunikasi Atas Talian dalam Menjana Sumber Pendapatan

Jadual 8 menunjukkan dapatan kajian bagi objektif keempat iaitu peranan media sosial dan komunikasi atas talian dalam membantu meningkatkan pendapatan. Hasil kajian menunjukkan, pengkaji telah memperolehi 184 responden bersetuju bahawa aplikasi *WhatsApp* mampu digunakan melalui platform perniagaan dan pendapatan. Ini termasuklah perkongsian barangan jualan dan produk di kumpulan *WhatsApp* yang dijana bersama rakan dan ahli keluarga. Interaksi juga lebih mudah kerana pembeli boleh menghubungi penjual secara langsung. Seramai 178 orang rakan media sosial yang dipilih sebagai responden bersetuju bahawa *Facebook* sangat penting dalam membantu mempromosikan dan menjalankan jualan secara atas talian. Tambahan pula, ia adalah media sosial yang mantap dan matang melebihi 10 tahun pengalaman dan masih dipercayai oleh pengguna dari masa ke semasa. Manakala, 47 orang rakan media sosial yang

memaklumkan *Instagram* juga adalah platform yang sesuai digunakan untuk menambahkan pendapatan kerana perkongsian gambar dan video juga boleh dilakukan. Ini membuktikan, ketiga-tiga aplikasi tersebut mempunyai pandangan yang tinggi untuk membuka ruang menambahkan pendapatan dalam kalangan individu yang ingin bekerja sambilan atau sepenuh masa.

Jadual 8 Media sosial sebagai platform meningkatkan pendapatan

Media Sosial	Jumlah responden (orang)
<i>WhatsApp</i>	184
<i>Facebook</i>	178
<i>Instagram</i>	47

5.5 Platform Media Sosial Atas Talian dalam Sektor Pendidikan

Jadual 9 di atas menunjukkan dapatan kajian yang telah dijalankan oleh otai Mohd. Yusof dan Tahir (2017). Kajian ini melibatkan sekumpulan pendidik yang mana ms3 telah menjalankan kajian secara kuantitatif dan kualitatif (kaedah pemerhatian). Hasil kajian beliau mendapati pilihan pertama pelajar dalam sesi pengajaran dan pembelajaran adalah *Streaming Video*. Pilihan ini mungkin disebabkan ia dilaksanakan secara segerak yang mana pelajar boleh membuat sesi jual jawab dengan pengajar dengan lebih jelas dan secara langsung. Pilihan yang kedua adalah *E-Learning*. Sistem *E-Learning* merupakan satu platform yang banyak menempatkan informasi dan ianya menjadi ruang rujukan utama pelajar. Platform ini juga mampu memuatkan sumber rujukan yang mantap kepada pelajar misalnya nota dan memo. *Youtube* merupakan platform yang berada dalam kedudukan ketiga dalam kajian Mohd. Yusof dan Tahir (2017). *Youtube* merupakan aplikasi yang memudahkan pelajar melihat sesuatu perkara secara simulasi dan realistik. *M-Learning* dan *Facebook* masing-masing berada pada kedudukan yang keempat dan kelima. Kedua-dua platform ini kurang digunakan sebagai platform utama pendidikan. Begitu juga dengan *Laman Web Online* dilihat sebagai platform akhir yang digunakan dalam sesi pengajaran dan pembelajaran pelajar dan dunia pendidikan secara maya (Mohd. Yusof & Tahir, 2017).

Jadual 9 Media sosial dan interaksi atas talian dalam bidang pendidikan

Medium	Kedudukan
<i>Facebook</i>	5
<i>E-Learning</i>	2
<i>Streaming Video</i>	1
<i>Laman Web Online</i>	6
<i>M-Learning</i>	4
<i>Youtube</i>	3

Sumber: Mohd. Yusof & Tahir (2017)

5.6 Jumlah Responden Kajian Berdasarkan Jantina

Walaupun kajian ini menggunakan kaedah secara analisis kritikal dengan mengambil rujukan pengkaji-pengkaji lepas, pengkaji juga menjalankan kutipan data kajian dalam objektif ketiga dan objektif yang keempat. Walaupun jumlah keseluruhan responden adalah sekitar 188 orang, namun hanya beberapa responden sahaja yang menjawab soalan yang diajukan dalam kajian (objektif ketiga dan keempat). Hasil kajian menunjukkan seramai 145 responden adalah wanita dan 43 orang adalah lelaki. Makluman secara grafik ditunjukkan dalam Jadual 10.

Jadual 10 Jumlah responden berdasarkan jantina

Jantina	Jumlah
Lelaki	43
Perempuan	145

6.0 PERBINCANGAN

Secara keseluruhan, kajian ini telah dijalankan menggunakan analisis kritikal dengan mengambil kira rujukan kajian-kajian lepas yang dijalankan secara empirikal. Data-data kajian lepas telah dibaca dan dirujuk untuk dijadikan sumber sekunder dalam kajian. Sebanyak tiga objektif kajian yang menggunakan analisis kritikal iaitu objektif kajian pertama, kedua dan kelima. Bagi objektif kajian ketiga dan keempat, pengkaji menggunakan analisis kajian primer yang mana pengkaji menjalankan kutipan data dalam kalangan rakan media sosial di *Facebook*. Hasil kajian menunjukkan tidak semua responden yang memberi maklum balas dijadikan sebagai responden dalam kajian. Hanya responden yang memberi maklum balas tepat dan munasabah diambil sebagai data dalam kajian ini (untuk menjawab objektif yang ketiga dan keempat).

Dalam objektif yang pertama, pengkaji mendapati terdapat beberapa media sosial dan interaksi atas talian yang terkemuka dan digunakan di Malaysia. Hasil kajian yang dijalankan oleh Sualman (2019) menunjukkan media sosial *Facebook* merupakan media sosial yang paling kerap digunakan, manakala aplikasi interaksi yang paling kerap digunakan pula adalah *WhatsApp*. Selain itu terdapat juga beberapa media sosial dan interaksi sosial yang digunakan dalam kalangan rakyat Malaysia seperti *Instagram*, *Wechat*, *Youtube*, *Twitter*, *Telegram*, *Flickr* dan *LinkedIn*.

Dapatan objektif kedua pula merujuk kepada kajian Omar dan Sallehuddin (2011) iaitu tujuan dan kecenderungan penggunaan media sosial dan interaksi atas talian digunakan. Hasil kajian beliau mendapati tujuan utama warga media sosial dan pengguna interaksi atas talian adalah untuk berkongsi kandungan maklumat antara rakan media sosial yang lain. Selain itu, beliau juga mendapati tujuan interaksi adalah komunikasi dalam penghantaran mesej serta membina pasukan komunikasi. Terdapat juga info berkaitan pengiklanan. Faktor pengiklanan ini mungkin disebabkan untuk tujuan jualan dan pemasaran barangan, perkhidmatan dan produk. Secara keseluruhan, tujuan utama adalah bertemakan elemen kongsi info dan interaksi antara individu secara maya.

Untuk objektif kajian ketiga, hasil kajian ini diperolehi oleh pengkaji sendiri dengan meminta rakan media sosial memberikan maklum balas mereka di *Facebook*. Hasil kajian objektif ketiga menunjukkan hampir keseluruhan responden bersetuju bahawa platform urusan kerja yang paling sistematik dan terbaik adalah menggunakan aplikasi *WhatsApp*. Ini kerana aplikasi ini mudah dilakukan dan diperolehi tanpa mengira masa, tempat. Ia juga boleh dilayari dengan mudah dan pantas di telefon mudah alih yang sememangnya ia adalah instrumen yang mudah dibawa kemana-mana (Ali, 2012). Selain itu, responden juga menyatakan terdapat beberapa aplikasi lain yang digunakan dalam urusan kerja khususnya mesyuarat iaitu *Zoom*, *Hangouts Meet*, *Google Classroom*, *Skype* dan *Cisco Webex*.

Selain objektif ketiga, objektif keempat juga dijalankan secara kaedah tinjauan iaitu memberikan soalan kepada rakan di media sosial. Berdasarkan soalan yang diajukan, pengkaji telah memperolehi pelbagai maklum balas daripada responden. Walaubagaimanapun, majoriti responden bersetuju bahawa aplikasi interaksi *WhatsApp* merupakan aplikasi yang paling mudah untuk dijadikan platform penambahan pendapatan. Melalui *WhatsApp*, mereka boleh berkongsi produk atau perkhidmatan jualan mereka kepada rakan di kumpulan-kumpulan *WhatsApp*. Malah, maklum balas daripada pembeli lebih mudah dan cepat kerana maklum balas boleh dilakukan dengan pantas dan cepat (Hooria, 2014). Selain itu, responden juga bersetuju akan penggunaan *Facebook* dan *Instagram* boleh menjadi laman media sosial untuk ruangan mempromosi barangan jualan mereka. Namun, lebih ramai responden mengatakan *Facebook* lebih berkesan berbanding *Instagram*.

Akhir sekali, pengkaji juga telah mencapai objektif kajian kelima dengan membuat kajian analisis kritikal. Analisis kajian kritikal ini diperolehi dalam kajian Abdul Rabu dan Husin (2018) yang mana majoriti responden kajiannya bersetuju bahawa *Streaming Video* merupakan platform pendidikan yang paling terbaik dalam pendidikan. Aplikasi ini digunakan sekiranya sesi Pembelajaran Jarak Jauh (PJJ) atau pendidikan atas talian dijalankan. Seperti yang kita sedia maklum, negara kini semakin giat dan aktif dalam mempraktikkan pembelajaran abad ke-21. Bahkan, sistem pembelajaran secara atas talian sepenuhnya telah dilaksanakan di beberapa buah institusi di Malaysia (Mokhtar, 2020). Selain itu, kajian Syamsulaini dan Mashitoh (2016) juga mendapati *E-learning*, *Youtube* dan *M-Learning* merupakan ketiga-tiga aplikasi yang mengikuti kedudukan selepas *Streaming Video*. Ini kerana, konsep sistem *E-Learning* adalah jelas dan mampu memberikan bimbingan secara makluman kepada pelajar (Syed Chear, 2017). Sistem tersebut signifikan untuk pensyarah dan pendidik memuatnaik nota, arahan atau memo kepada pelajar untuk menjalankan tugas. Peranan Youtube juga sangat penting dalam membimbing pelajar melihat dan menjalankan pemerhatian setiap simulasi dan tutorial yang diperlukan (Aziz, 2015). Manakala, *M-Learning* dikategorikan sebagai pembelajaran yang mudah kerana ia hanya memerlukan telefon mudah alih bagi setiap sesi pembelajaran. Penggunaan telefon mudah alih sememangnya diminati oleh pelajar kerana ianya menarik, mudah dan boleh dilakukan pada bila-bila masa (Syed Chear, 2017).

7.0 KESIMPULAN

Media sosial telah muncul sebagai platform dan aplikasi yang banyak memudahkan urusan kehidupan harian manusia. Peranan media sosial yang holistik bukan sahaja memberikan kesan positif dalam perhubungan jarak jauh, bahkan mampu memantapkan ekonomi dan sosial struktur sesebuah masyarakat (Agarwal & Yiliyasi, 2010). Menyedari hakikat dan kelebihan ini, peranan media sosial semakin dipertingkatkan dan mengalami proses transformasi sejajar dengan keperluan dan pengkhususan masa kini. Kualiti penggunaan Internet juga semakin diperbaharui dan banyak talian Internet di Malaysia mampu dimiliki dan setimpal dengan perkhidmatan yang disediakan (Aziz, 2015). Persaingan dalam kalangan syarikat telekomunikasi di Malaysia, telah mendesak mereka menawarkan pakej Internet dan telefon yang rendah kepada pengguna. Ini kerana untuk mengelakkan pengguna dan pelanggan mereka lari dan memilih rangkaian lain (Ali, 2012). Sehubungan dengan itu, pelanggan boleh memilih rangkaian telekomunikasi mereka secara bijak dan berhemah merangkumi pelbagai aspek khususnya kos dan keutuhan liputan. Pengguna akan menjadi lebih bijak dan berhati-hati dalam memastikan kualiti rangkaian telekomunikasi yang dipilih adalah bersesuaian dengan kehendak dan keperluan kehidupan mereka khususnya peniaga atas talian, pekerja yang banyak menggunakan rangkaian telekomunikasi dalam dan luar negara serta pelajar-pelajar yang sedang menuju ke arah konsep pembelajaran abad ke-21.

Rangkaian media sosial dan komunikasi secara atas talian sememangnya tidak dapat dielakkan. Perkembangan teknologi yang semakin menggalakkan menyebabkan rangkaian komunikasi media sosial menjadi platform yang mampu meningkatkan hubungan antara rakan sekerja (Ahmad et al., 2012). Melalui teknologi komunikasi atas talian pula, warga pendidik mudah memantau dan membantu pelajar mereka secara berkala dari jarak jauh (Hopkins, 2014). Perkongsian sumber ilmiah dan bahan pembelajaran secara sama di laman media sosial memudahkan pelajar untuk mengakses dan menjimatkan kos untuk membeli bahan pembelajaran tersebut (Kang, 2014). Begitu juga dengan warga pengguna yang berminat dalam meningkatkan pendapatan, mereka boleh menjadikan media sosial sebagai sumber dan platform menjalankan perniagaan secara sambilan (Mohd Saleh, 2012). Secara tidak langsung, mereka mampu menjana pendapatan tanpa memerlukan kos sewaan kedai mahupun tenaga yang berganda. Kaedah perniagaan yang dijalankan secara santai juga sekaligus dapat mengurangkan kadar tekanan walaupun ia dilakukan di luar waktu kerja. Sektor perniagaan boleh menjadi medan sumber ekonomi dan menjadi pekerjaan kedua tanpa menggunakan modal dan masa yang menekan pemikiran. Melalui aplikasi teknologi, pekerja dapat mempertingkatkan sumber kewangan melalui pekerjaan sambilan iaitu berniaga secara atas talian tanpa mengganggu masa kerja dan

tidak perlu membuat sewaan kedai atau premis perniagaan. Bahkan, rumah dan kediaman menjadi tempat simpanan stok sebelum ianya dipos kepada pelanggan.

Secara keseluruhan, pengkaji telah membuktikan bahawa kluster pendidikan dan sektor pekerjaan memerlukan suntikan dan intervensi teknologi dalam memastikan pengekalan dan kemajuannya. Kluster pendidikan amat penting kerana elemen teknologi membantu generasi Y meningkatkan kompetensi mereka sebagai persediaan menghadapi industri 4.0. Justeru, konsep dan pendekatan pembelajaran abad ke-21 sangat diketengahkan dalam kluster pendidikan negara bagi memastikan anak muda di Malaysia dinamik dan kondusif sebagai pelaksana teknologi sama ada secara formal atau tidak formal. Intervensi penggunaan media sosial dan aplikasi berteraskan sosial sangat penting dalam memupuk minat generasi muda mendekati teknologi. Walaubagaimanapun, etika dan protokol yang positif perlu diterapkan mengikut garis panduan dan undang-undang dalam negara. Pelanggaran etika teknologi khususnya dalam kalangan pelajar perlu dibendung dan sebaiknya langkah tindakan tatatertib dilaksanakan. Begitu juga dengan sektor pekerjaan, tindakan yang tegas perlu diambil jika pekerja melanggar etika penggunaan teknologi sehingga mungkin menjejaskan imej organisasi dan negara. Justeru, pemupukan media sosial yang sihat wajar diterapkan agar ia mampu dijadikan agenda sosialis memapan dan memantapkan rakyat berinovasi dan berteraskan transformasi industri 4.0 khususnya dalam gerakan kemajuan 2020 (Mat Dawi et al., 2016).

Secara keseluruhannya, pengkaji mendapati kajian ini mempunyai impak yang mana ia bukan sahaja memberi pengetahuan dan ilmu kepada pengguna laman media sosial, bahkan akan menjadi sumber untuk meningkatkan pendapatan dalam konsep yang mudah. Media sosial dan komunikasi secara atas talian menjadi platform menjana pendapatan disamping mengeratkan hubungan sosial antara individu. Walaubagaimanapun, setiap individu hasrulah peka dan berhati-hati dengan konsep perniagaan yang dijalankan supaya ianya tidak mengganggu hubungan interaksi antara rakan di atas talian. Ilmu dan pengetahuan perlu ditekankan semasa komunikasi atas talian dilakukan. Selain itu, konsep etika dan peradaban wajib dilaksanakan oleh golongan pendidikan kerana ia menjadi cermin dan asas kualiti pendidikan negara. Tambahan pula, pelajar dan generasi muda akan membuat kritikan dan komen sekiranya sahshiah dan kualiti yang dipamerkan oleh pengajar adalah tidak selari dengan falsafah pendidikan yang diketengahkan oleh kerajaan.

Penghargaan

Pengkaji mengucapkan setinggi penghargaan kepada rakan penulis. Tidak dilupakan juga kepada hasil penyelidikan para pengkaji lepas yang terlalu banyak menyumbang idea dan membantu dalam menjayakan penulisan ini.

Rujukan

- Abd Rahim, N. (2014). *Learning through Blog Writing: Embracing the New Technology*. Universiti Malaysia Terengganu: Penerbit UMT.
- Abdul Latiff, N.E., Mat Danggi, M.R., Abdul Wahab, R. & Azero, M.A. (2015). *The Essentials of Technology-based teaching Approach for Accounting Students: A Study on Usage and Acceptance*. ASEAN Conference.
- Abdul Rabu, S.N. & Hussin, H. (2018). QR Code Utilization in a Large Classroom: Higher Education Students' Initial Perceptions. *Education and Information Technologies*, 23(93), 1-26.
- Agarwal, N. & Yiliyasi, Y. (2010). Information Quality Challenges in Social Media. *Proceedings of the 15th International Conference on Information Quality (ICIQ-2010)*, 234-248.
- Ahmad, A. & Omar, Z. (2013). Informal Workplace Family Support and Turnover Intention: Testing a Mediation Model. *Social Behavior and Personality: An International Journal*, 41(4), 555-556.
- Ahmad, F., Kee, C.P., Mustaffa, N. & Ibrahim, F. (2012). Information Propagation and the Forces of Social Media in Malaysia. *Asian Social Science*, 8(5), 71-76.
- Akar, E. & Topcu, B. (2011). An Examination of the Factors Influencing Consumers Attitudes Toward Social Media Marketing. *Journal of Internet Commerce*, 10(1), 35-67.
- Ali, N. (2012). *Laman Media Sosial: Trend Komunikasi Masa Kini*. Pusat Teknologi Makluman dan Komunikasi: Dimensi Januari, 46-51.
- Al-Bahrani, A. & D. Patel. (2015). *Incorporating Twitter, Instagram, and Facebook in Economics Classrooms*. *The Journal of Economic Education*, 46(1), 56-67.
- Allen, D.D., Herst, D.E., L. Bruck, C.S. & Sutton, M. (2000). Consequences Associated with Work-to-Family Conflict: A Review and Agenda for Future Research. *Journal of Occupational Health Psychology*, 5(2), 278-308.
- Andreas M, K. & Michael, H. (2010). Users of the World, Unite! the Challenges and Opportunities of Social Media. *Business Horizons*, 53(1), 61.
- Azad, B. & Faraj, S. (2011). Social Power and Information Technology Implementation: A Contentious Framinglens. *Information Systems Journal*, 21(1), 33-61.
- Aziz, W.A. (2015). *Pembelajaran Atas Talian (EPSA, Coursera, EDX, Futurelearn)*. Dilayari di laman <http://www.ukm.my/wadahict/pembelajaran-atastalian> pada 12 April 2020.
- Berita Nasional (2020). *Kronologi Covid-19 di Malaysia*. Berita Nasional: 17 Mac 2020. Dilayari di laman <http://www.bharian.com.my> pada 11 April 2020
- Blanchard, A.L. (2008). Testing a Model of Sense of Virtual Community. *Computers in Human Behaviour*, 24(5), 2107-2123.
- Bonson, E. & Flores, F. (2011). Social Media and Corporate Dialogue: The Response of Global Financial Institutions. *Online Information Review*, 35 (1), 34-49.
- Boyd, D.M. & Ellison, N.B. (2008). Social Network Sites: Definition, History and Scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*. 13, 210-230.
- Casalo, L. V., Carlos, F. & Guinaliu, M. (2011). Understanding the Intention to following Advice Obtained in an Online Travel Community. *Computers in Human Behavior*. 27(2), 622-633.
- Casalo, L., Flavin, C. & Guinaliu, M. (2010). Determinants of the Intention Toparticipate in Firm-Hosted Online Travel Communities and Effects on Consumer Behavior Intentions. *Tourism Management*, 31(6), 898-911.
- Choi, J.I. & Cheolil, S.L. (2002). Effects of Different Types of Interaction on Learning Achievement, Satisfaction and Participation in Web-Based Instruction. *Innovations in Education & Teaching International*, 39(2), 153-163.
- Destina, I., Salam, A. & Abd Rahim, H. (2013). *Penerimaan Media Sosial: Kajian Dalam Kalangan Pelajar di Universiti Palembang*. *Jurnal Komunikasi, Malaysia Journal of Communication*, 29(2), 125-140.
- Duff, P. (2008). Engaging the YouTube Google - Eyed Generation: Strategies for Using Web 2.0 in Teaching and Learning. *The Electronic Journal of e - Learning*, 6 (2), 119 - 130.
- Fernando, I. (2010). Community creation by Means of a Social Media Paradigm. *Learning Organization*, 17(6), 500-514.
- Guo, J., Liu, Z. & Liu, Y. (2016). Key Success Factors for the Launch of Government Social Media Platform: Identifying the Formation Mechanism of Continuance Intention. *Computers in Human Behavior*, 55, 750-763.
- Guo, J., Liu, Z. & Liu, Y. 2(016.) Key Success Factors for the Launch of Government Social Media Platform: Identifying the Formation Mechanism of Continuance Intention. *Computers in Human Behavior*, 55, 750-763.
- Heck, D.W., Hilbig, B.E. & Moshagen, M. (2017). From Information Processing to Decisions: Formalizing and Comparing Psychologically Plausible Choice Models. *Cogn. Psychol*, 96, 26-40.
- Hopkins, J. (2014). Cybertroopers and Tea Parties: Government Use of the Internet in Malaysia. *Asian Journal of Communication*, 24(1), 5-24.

- Hossain, L. & de Silva, A. (2009). Exploring user Acceptance of Technologies Social Networks. *Journal of High Technology Management Research*, 20(1), 1-18.
- Hussin, N. (2017). Penggunaan Laman Web Sebagai Transformasi dalam Pengajaran dan Pembelajaran Pendidikan Islam. *O-JIE: Online Journal of Islamic Education*, 1(2).
- Kang, M. (2014). Understanding Public Engagement: Conceptualizing and Measuring its Influence on Supportive Behavioral Intentions. *Journal of Public Relations Research*, 26(5), 399-416.
- Kaplan, A.M. & Haenlein, M. (2010). Users of the World Unite: The Challenges and Opportunities of Social Media. *Business Horizons*, 53(1), 59-68.
- Kargar, M. J. & Azimzadeh, F. (2009). A Framework for Ranking Quality of Information on Weblog. *Engineering and Technology*, 56, 690-695.
- Ke, W., Liu, H., Wei, K., Gu, J. & Chen, H. (2009). How do Mediated and Non-Mediated Power Affect Electronic Supply Chain Management System Adoption? The Mediating Effects of Trust and Institutional Pressures. *Decision Support Systems*, 46(4), 839-851.
- Kwon, O. & Wen, Y. (2010). An Empirical Study of the Factors Affecting Social Network Service Use. *Computers in Human Behavior*, 26(2), 254-263.
- Lee, A.R. & Suzanne Horsley, J. (2017). The role of Social Media on Positive Youth Development: An Analysis of 4-H Facebook page and 4-H'ers' Positive Development. *Child. Youth Serv. Rev.*, 77, 127-138.
- Mat Dawi, A.H., Theam, L.S., Palaniandy, M. & Dolah, J. (2016). Penerimaan Alat Web 2.0 dalam Pelaksanaan Kurikulum Program Berasaskan Pembelajaran Abad Ke-21 di Institut Pendidikan Guru. *Jurnal Penyelidikan Dedikasi*, 10.
- MKN (2020). *Kenyataan Media MKN: Perincian Perintah Kawalan Pergerakan*. Majlis Keselamatan Negara, Jabatan Perdana Menteri: 18 Mac 2020. Dilayari di laman <http://www.pmo.gov.my> pada 12 April 2020
- Mohamad Saleh, M.A. (2012). The Impact of Interactivity Features in Enhancing Online Communication. *Malaysian Journal of Communication*, 28(2), 21-36.
- Mohamad Saleh, M.A., Basir, K., Salman, A. & Omar, N.H. (2018). Media Sosial dalam Transformasi Sistem Penyampaian dan Kualiti Maklumat Kolej Kediaman. *Prosiding Konvensyen Kepengetuaan dan Felo Penghuni Kolej Kediaman Universiti Awam Kebangsaan 2018*.
- Mohd. Yusof, M.N. & Tahir, Z. (2017). Kepentingan Penggunaan Media Sosial Teknologi Maklumat dalam Pendidikan IPTA. *Journal of Social and Humanities*, 12(3), 1823-884x.
- Mokhtar, N. (2020). *Pembelajaran Atas Talian Untuk Pembelajaran Sepanjang Hayat*. Dilayari di laman <http://news.utm.my/ms/2020/04> pada 12 April 2020.
- Ngai, E.W.T., Tao, S.S.C. & Moon, K.K.L. (2015). Social Media Research: Theories, Constructs, and Conceptual Frameworks. *Int. J. Inf. Manag.*, 35, 33-44.
- Omar, F.I. & Sallehuddin, I.S. (2011). Media Sosial: Kajian Tentang Penglibatan dan Kepuasan dalam Kalangan Mahasiswa. *Proceeding of the International Conference on Media and Communication (MENTION2011)*, 11-12.
- Raghavendra, P., Hutchinson, C., Grace, E., Wood, D. & Newman, L. (2018). "I like talking to people on the computer": Outcomes of a Home-Based Intervention to Develop Social Media Skills in Youth with Disabilities Living in Rural Communities. *Res. Dev. Disabil.*, 76, 110-123.
- Ritchi, H., Wahyudi, I. & Susanto, A. (2015). Research Program on Key Success Factors of E-government and their Impact on Accounting Information Quality. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 673-680.
- Shiratuiddin, N., M.A., Mohd Khairie Ahmad, S.H., Aboo Talib, K. & Yurni Ahmad, N.S. (2016). Generation Y's Political Participation and Social Media in Malaysia. *Malaysian Journal of Communication*, 32(1), 125-143.
- Sualman, I. (2019). Sinar Harian: 3 November 2019. Ketagihan Media Sosial Sudah Serius. Diakses di laman <https://www.sinarharian.com.my/article/55317/KOLUMNIS/Ketagihan-media-sosial-sudah-serius> pada 15 April 2020.
- Syed Chear, S.L. (2017). Pengajaran dan Pembelajaran Melalui Aplikasi *WhatsApp* dan Telegram di Universiti Swasta. *Jurnal Pendidikan Malaysia*, 42(2), 1-14.
- Ta Van, C. & Zyngier, S. (2012). Using ERG Theory as a Lens to Understand the Sharing of Academic Tacit Knowledge: Problems and Issues in Developing Countries—Perspectives from Vietnam, 2012-2040.
- Tariq Bandy, M. & Mattoo, M. M. (2013). Social Media in e-Governance: A Study with Special Reference to India. *Social Networking*, 47-56.
- Tobergte, J. C., Jaeger, P. T., Munson, S. & Glaaisyer, T. (2010). Engaging the Public in Open Government: Social Media Technology and Policy for Government Transparency. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689-1699.
- Valenzuela, S. (2013). Unpacking the Use of Social Media for Protest Behaviour: The Roles of Information, Opinion Expression, and Activism. *Am. Behav. Sci.*, 57, 920-942.
- Westerman, D., Spence, P. R. & Van Der Heide, B. (2014). Social Media as Information Source: Recency of Updates and credibility of Information. *Journal of Computer-Mediated Communication*. 19(2), 171-183.
- Yusop, F.D. & Sumari, M. (2013). The Use of Social Media Technologies among Malaysian Youth. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 103, 1204-1209.