



IMPLIKASI PENGGUNAAN WHATSAPP DALAM PENGURUSAN MAKLUMAT ORGANISASI

(Implication of WhatsApp Usage in Organizational Information Management)

Che Su Mustaffa^{1*}, Nuredayu Omar¹, Zuraidah Abu Talib¹, Nan Zakiah Megat Ibrahim²

¹School of Multimedia Technology and Communication, University Utara Malaysia, 06010, Sintok, Kedah, Malaysia

²Kolej Universiti Polyteknik MARA, 56100, Kuala Lumpur, Malaysia

*Corresponding Author Email: chesu402@uum.edu.my

Received: 20 October 2020 • Accepted: 27 October 2021 • Published: 31 October 2021

Abstract

This study discusses the use of social media in organizational information management focused on WhatsApp application. This phenomenon is important given the current situation where the usage of social media as one of the formal and informal communication channels in the distribution of organizational information needs to be examined especially in terms of usage factors and its implications. Thus, the main purpose of this study is to develop an instrument to measure the usage of WhatsApp as well as to identify the implications of WhatsApp usage among organizational staff. This study utilized combination of qualitative and quantitative methods. The qualitative method of interviewing was conducted with professional management staff, administrative and support staff. As a result of the interview, instruments to measure WhatsApp usage were formed which contained the dimensions of WhatsApp Usage, Belief in Information, WhatsApp Usage Ethics and WhatsApp Usage Competencies. The questionnaire was then distributed to the staff of the organization. Analysis of the questionnaire showed that there is a positive and significant relationship between WhatsApp Usage and Belief in Information, the Impact of WhatsApp Usage, and WhatsApp Usage Competencies. This study contributes to the knowledge related to information management in organizational communication as well as strengthening the Technology-based Social Construction theory and Hyper personal theory.

Keywords: Competency, Information Management, WhatsApp, Instrument Development, Hyper personal theory

Abstrak

Kajian ini membincangkan tentang penggunaan media sosial dalam pengurusan maklumat organisasi khususnya aplikasi WhatsApp. Fenomena ini penting memandangkan situasi semasa yang banyak melibatkan penggunaan media sosial sebagai salah satu saluran komunikasi formal dan tidak formal dalam penyaluran maklumat organisasi yang perlu diteliti dari segi faktor penggunaan dan implikasi dari penggunaan berkenaan. Tujuan kajian ini dilakukan adalah untuk membentuk instrumen bagi mengukur penggunaan WhatsApp serta mengenalpasti implikasi penggunaan WhatsApp dalam kalangan kaki tangan organisasi. Kajian ini mengaplikasikan gabungan kaedah kualitatif dan kuantitatif. Kaedah kualitatif iaitu temu bual dilakukan dengan kakitangan pengurusan profesional dan kakitangan pentadbiran dan sokongan. Hasil dari temu bual berkenaan, instrumen bagi mengukur penggunaan WhatsApp dibentuk yang mengandungi dimensi Penggunaan WhatsApp, Kepercayaan terhadap Maklumat, Etika Penggunaan WhatsApp dan Kompetensi Penggunaan WhatsApp. Soal selidik berkenaan kemudiannya diedarkan kepada kakitangan organisasi. Analisis dari soal selidik menunjukkan terdapat hubungan antara Penggunaan WhatsApp dengan Kepercayaan Terhadap Maklumat, Kesan Penggunaan WhatsApp, dan Kompetensi Penggunaan WhatsApp. Kajian ini menyumbang kepada pengetahuan berkaitan dengan pengurusan maklumat dalam komunikasi organisasi serta pengukuhan teori Konstruksi Sosial berteraskan Teknologi dan teori *Hyperpersonal*.

Kata kunci: Kompetensi, Pengurusan Maklumat, WhatsApp, Pembentukan Instrumen, Teori Hyperpesonal

Cite as: Mustaffa C. S., Omar, N., Abu Talib, Z., & Megat Ibrahim, N.Z. (2020). Implication of WhatsApp Usage in Organizational Information Management. *Asian People Journal*, 4(2), 145-160.

PENGENALAN

Penggunaan media sosial sebagai sumber penyaluran maklumat organisasi kian popular dan mengubah landskap penyaluran maklumat organisasi. Contoh media sosial yang sering digunakan bagi tujuan berkenaan ialah WhatsApp dan Instagram. Saluran ini kian berkembang kerana cirinya yang mudah digunakan serta boleh diakses pada bila-bila masa sahaja. Faktor ini menyebabkan maklumat boleh disebarkan dengan kadar yang lebih cepat dan mampu merentasi saluran hierarki formal organisasi (Ewing, Men & O'Neil, 2019; Mustaffa et.al., 2018). Perkembangan ini menjadikan pengurusan maklumat dalam sesebuah organisasi sebagai salah satu kepakaran yang perlu dimiliki oleh seseorang pengurus lantaran kejayaan organisasi turut ditentukan oleh pengurusan maklumat yang cekap dan berkesan. Keupayaan untuk menguruskan maklumat dengan baik adalah antara beberapa perkara penting yang perlu diutamakan oleh pengurus untuk mencapai matlamat organisasi.

Pengurusan maklumat dalam organisasi juga kian mencabar lantaran kewujudan media tidak formal ini menyaingi saluran formal yang diiktiraf dalam organisasi. Di antara saluran formal yang kerap digunakan suatu masa dahulu dalam organisasi adalah hebahan, surat pekeliling, dan mesyuarat. Kini wujud pula saluran media sosial seperti penggunaan Facebook, Twitter dan juga WhatsApp yang menjadi sumber maklumat yang baru kepada kaki tangan organisasi. Media sosial melibatkan beberapa elemen penting yang terdiri daripada himpunan laman web, perkhidmatan, dan aktiviti termasuk proses kolaborasi, perkongsian, dan amalan demokrasi pengguna

Internet (Junco, 2012). Lokus komunikasi menerusi media sosial adalah tidak terbatas. Fenomena ini telah mengubah cara interaksi di dalam organisasi, komuniti, dan individu. Menurut Rothschild (2011), komunikasi media sosial terdiri daripada beberapa kaedah termasuk forum di Internet, blog sosial, *micro-blogging*, wikis, podcast, gambar, video, penilaian undian pengguna dan sosial *bookmarking*. Variasi pendekatan media sosial ini membolehkan pengguna Internet mempunyai berbagai pilihan untuk berkomunikasi. Tambahan, media sosial mempunyai kuasa yang luar biasa bagi membantu organisasi misalnya untuk membina penjenamaan produk menerusi rangkaian jaringan, komunikasi dan penstrukturan komuniti (Cicek & Erdogmus 2012). Oleh itu, fenomena yang mengakibatkan perubahan besar kepada tatacara berinteraksi dan pengurusan maklumat organisasi ini yang memerlukan penelitian dan kajian yang berterusan dari para sarjana.

Perubahan fenomena dalam penyaluran maklumat adalah selaras dengan andaian di dalam Teori organisasi hipersosial (*hypersocial organization*). Teori ini mengungkapkan bahawa terdapat perubahan dari proses dan hierarki berstruktur menjadi ketidakaturan sosial akibat pengenalan media sosial dalam organisasi. Komuniti yang terbentuk dengan memanfaatkan media sosial tidak hanya berisi individu atau kelompok individu yang menyukai produk atau perkhidmatan tetapi juga dapat mendatangkan hasil yang negatif yang perlu dikaji. Kajian ini dilakukan antara lain bertujuan untuk menyahut seruan ini dan mengisi jurang yang dikemukakan oleh sarjana berkenaan.

Penelitian ini wajar dilakukan memandangkan rata-rata rakyat Malaysia menghabiskan masa menggunakan internet selama 8 jam 5 minit sehari, dengan purata waktu penggunaan media sosial setiap hari adalah 2 jam 58 minit. Purata waktu menonton TV setiap hari melalui penyiaran / penstriman adalah 2 jam 52 minit, dan rata-rata masa harian yang dihabiskan untuk mendengar *muzik streaming* adalah 1 jam 18 minit. Dari segi kegiatan yang dilakukan secara dalam talian oleh rakyat Malaysia, berkomunikasi menggunakan teks berada di kedudukan teratas dengan 96.5%, mengunjungi rangkaian sosial 85.6% dan mendapatkan maklumat dalam talian 85.5% (Global Digital Report, 2019). Data ini menunjukkan penghantaran teks melalui elemen media sosial seperti WhatsApp merupakan aktiviti utama yang dilakukan oleh rakyat Malaysia. Lantaran itu, kajian ini adalah signifikan dalam memerihalkan tentang penggunaan media sosial dalam kalangan rakyat Malaysia dengan menghusus kepada kakitangan organisasi serta implikasi dari tingkah laku berkenaan.

Permasalahan utama yang dikemukakan dalam kajian ini turut terkait dengan fenomena penggunaan media sebagai suatu sistem mesej yang kompleks, boleh mempengaruhi manusia untuk berfikir, merasa dan bertindak laku dengan cara yang tertentu. Misalnya, teks mel elektronik adalah berbeza dengan mesej biasa kerana tidak memasukkan maklumat visual dan oral. Cara manusia berkomunikasi melalui mel elektronik adalah berbeza dengan cara berkomunikasi secara bersemuka. Untuk melengkapkan mel elektronik yang mempunyai kekurangan dari segi visual dan komunikasi oral, emotikon dibina dan ciri-ciri kemanusiaan diwujudkan dalam kareteristik stail penulisan mel elektronik. Namun, meskipun usaha berkenaan diwujudkan, pengguna masih lagi bertindak laku dengan cara yang berbeza dalam persekitaran komunikasi melalui perantaraan komputer berbanding dengan komunikasi bersemuka. Hasil kajian oleh Ewing, Men dan O'Neil (2019) menunjukkan amalan terbaik dalam menggunakan media sosial dalaman yang melibatkan pekerja ialah menyediakan polisi media sosial dan latihan; memperkasakan sokongan sosial pekerja; melibatkan kepimpinan dan sokongan; strategi kandungan iaitu garis panduan berkaitan dengan ciri mesej yang boleh dikongsi, relevan, praktikal, keaslian dan ketekalan. Pengkaji juga turut menyarankan supaya kajian akan datang dilakukan bagi mengukuhkan lagi polisi organisasi berkaitan dengan penggunaan media sosial oleh kaki tangan organisasi. Kajian yang dilakukan ini turut menyahut seruan yang dikemukakan oleh Ewing, Men dan O'Neil (2019).

Di dalam sesebuah organisasi, kaedah komunikasi yang sering dipergunakan dalam situasi pekerjaan ialah penggunaan lisan, di mana lebih dari 50% waktu kakitangan organisasi berkomunikasi adalah dalam bentuk lisan. Saluran komunikasi lisan boleh berlaku sama ada secara semuka dan melalui komunikasi berperantara atau melalui penggunaan media. Whatsapp Messenger adalah merupakan satu lagi media sosial baru yang popular penggunaannya. WhatsApp Messenger adalah langganan pesanan segera lintas platform milik peribadi perkhidmatan untuk telefon pintar dan telefon ciri terpilih. Ia menggunakan Internet untuk komunikasi. Selain pesanan teks, pengguna dapat mengirim pesan, gambar, video, dan media audio sebagai serta lokasi mereka. Whatsapp Inc. ditubuhkan pada tahun 2009 oleh Brian Acton dan Jan Koum, kedua-dua bekas pekerja di Yahoo!. Syarikat ini berpusat di Mountain View, California. Whatsapp juga boleh digunakan sebagai platform kajian lain (<https://www.businessofapps.com/data/whatsapp-statistics>). Populariti WhatsApp sepertimana yang dilaporkan dalam kajian lepas menyebabkan media ini menjadi fokus utama kajian ini. Tambahan pula, dijangkakan pada tahun 2020, lebih daripada 50% tenaga kerja akan dihuni oleh generasi milenium iaitu mereka yang lahir antara tahun 1980 dan 2000; dan milenium sering memilih untuk menggunakan pesanan segera atau media sosial untuk komunikasi berbanding dengan berinteraksi dengan seseorang secara langsung (Tardanico, 2012). Perubahan tenaga kerja sebegini mendesak kepada kajian dilakukan bagi memahami implikasi penggunaan media sosial dalam tatacara berkomunikasi kakitangan organisasi.

Berdasarkan perbincangan di atas, permasalahan utama yang dikemukakan dalam konteks kajian ini ialah berkaitan dengan pola penggunaan media sosial memfokuskan kepada WhatsApp sebagai sumber perkongsian maklumat serta keperluan untuk mewujudkan satu instrumen penggunaan yang boleh diterima pakai merentas organisasi dalam konteks penyaluran dan perkongsian maklumat melalui media sosial. Objektif utama kajian ini ialah untuk membentuk instrumen pengukuran dan mengkaji hubungan antara dimensi pemboleh ubah penggunaan WhatsApp yang dikenalpasti daripada instrumen yang dibentuk.

Penggunaan media sosial telah menjadi fenomena global pada masa kini dan Asia merupakan pasaran terbesar dari segi partisipasi pengguna. Malah, menurut laporan Nielsen pertumbuhan penggunaan media sosial di Asia Pasifik sangat memberangsangkan dan kini menjadi tren paling kritikal dalam sektor dalam talian. Ini kerana media ini digunakan untuk pelbagai sebab. Antaranya adalah sebagai saluran maklumat dan maklum balas, inovasi produk, promosi dan periklanan, serta latihan dan pendidikan. Penggunaannya berbeza-beza dari satu tempat ke satu tempat dan berdasarkan demografik (Arno, 2012).

Di Eropah, kesedaran dan penggunaan media sosial adalah tinggi, iaitu mencapai 98% manakala kadar penembusan jaringan sosial (termasuk dari segi keahlian, purata jumlah jaringan, dan penggunaan harian) di pasaran baharu seperti China, India, dan Brazil lebih tinggi berbanding di Eropah. Di Amerika Syarikat, dianggarkan bahawa media sosial telah mencapai 80% pengguna aktif Internetnya dengan 65% daripadanya menggunakan laman jaringan sosial (Madden & Zickuhr, 2011). Malah, 44% pengguna mendapatkan berita daripada media sosial seperti Twitter, Facebook, YouTube, dan blog selain daripada mel elektronik. Di Timur Tengah, media ini menjadi alat dalam demokrasi moden yang boleh menggegarkan sesuatu isu dan menyatukan masyarakat seperti yang berlaku di Mesir dan Libya.

Di Asia Pasifik yang mempunyai sebanyak 456 juta pengguna, satu per tiga daripada populasi dalam talian dunia, melibatkan diri dengan aktiviti media sosial. Malah, kadar penembusan jaringan sosial di Brunei, Hong Kong, Korea Selatan, dan Singapura melebihi 50%, iaitu melebihi kadar purata serantau 20%, manakala India mempunyai pasaran pengguna sebanyak 82 juta orang. Media sosial seperti mikroblog, jaringan sosial, blog

korporat, dan perkongsian video menjadi saluran penting bagi pemasaran dan komunikasi korporat di Asia. Di China misalnya, 80% syarikat aktif menggunakan mikroblog dan menunjukkan peningkatan 10% antara tahun 2010 dan 2011 (Burson-Masteller Asia-Pasific, 2011). Di Asia Tenggara pula, pengguna di Thailand lebih tertarik kepada blog “citizenjournalism” atau apa-apa berbentuk perkongsian berita, manakala di Indonesia, kebanyakannya menggunakan mesej segera (IM) dan mel elektronik untuk berkomunikasi dan berinteraksi di ruang siber. Di Singapura pula, aktiviti kegemaran penggunaanya ialah blogging, jaringan sosial, dan forum dalam talian, manakala Malaysia dikatakan menggunakan media ini untuk menyuarakan pendapat dalam blog dan berinteraksi dalam laman sosial seperti Facebook dan Malaysiakini.

Di Malaysia, penggunaan jaringan sosial mencakupi satu pertiga daripada keseluruhan masa yang dihabiskan secara dalam talian (www.comscore.com). Kaji selidik Accenture (www.socialnetworkingwatch.com) menunjukkan bahawa 85% responden di Malaysia menggunakan jaringan sosial dalam talian ini sekurang-kurangnya sekali sekala, malah menurut siaran akhbar Global Life Digital (discoverdigitalife.com), Malaysia merupakan pengguna aktif jaringan sosial dengan purata masa yang diluangkan ialah sembilan jam seminggu. Malah ComScore meletakkan Malaysia sebagai Top 10 bagi pasaran Facebook berdasarkan peratus capaian pengunjunnya, iaitu 88.2% berbanding hanya 11% akaun Twitter atau 3% akaun LinkedIn. Capaian blog pula meliputi 58% dengan fokus kebanyakannya pada politik, hiburan dan teknologi manakala YouTube kekal sebagai laman perkongsian video popular dengan kekerapan akses 83% selain Facebook dan Metacafe. Antara tiga sebab utama kebanyakan pengguna memasuki dunia siber, iaitu untuk mendapatkan berita dan mengetahui maklumat semasa, menyelidiki sesuatu produk, dan kekal berhubungan dengan rakan. Oleh sebab itu, jaringan sosial, direktori, dan blog adalah antara kategori laman yang mempunyai capaian tertinggi, iaitu 50.5%, 62.3%, dan 45.8% masing-masing. Malah jika dilihat dari sudut aktiviti dalam talian bagi Malaysia dan Indonesia, kedua-duanya menunjukkan bahawa aktiviti yang tertinggi melibatkan penggunaan media sosial seperti menonton video klip, menguruskan profil jaringan, memuat naikan foto, dan pesanan segera.

Manakala dalam konteks kajian empiri berkaitan dengan media sosial, tumpuan bukan hanya diberikan kepada peranan media sosial dalam konteks persekitaran proses pengajaran dan pembelajaran, namun turut dikaji dalam aspek organisasi seperti media sosial dalam pengurusan sumber manusia bagi organisasi. Madia (2011) telah menjalankan kajian berkaitan dengan bagaimana media sosial digunakan untuk mencari pekerja-pekerja baru di dalam organisasi. Kajian beliau meneliti faktor yang menyumbang kepada penggunaan media sosial oleh pihak sumber manusia supaya dapat menarik minat masyarakat luar untuk menyertai organisasi mereka. Penggunaan media sosial didapati merupakan elemen utama yang digunakan oleh pihak sumber manusia di organisasi untuk menghebahkan maklumat berkaitan dengan organisasi.

Seterusnya, Vuori (2012) telah menjalankan kajian berkaitan dengan kefahaman menggunakan teknologi Web 2.0 dan media sosial dalam perbadanan global. Kajian kes ini menggunakan pendekatan kualitatif dalam perbadanan global telah dijalankan untuk menggambarkan kegunaan utama media sosial dan untuk menerangkan portfolio perkhidmatan yang berkaitan. Beliau mendapati media sosial digunakan untuk komunikasi dalaman dan memindahkan pengetahuan dan untuk menggalakkan kakitangan mempersembahkan idea yang berkaitan dengan sumber dalaman. Secara luarnya pula, media sosial adalah digunakan untuk meningkatkan komunikasi yang berkaitan dengan jenama syarikat, untuk membolehkan dialog dengan pelanggan, membina masyarakat dengan pelbagai kumpulan berkepentingan dan melibatkan pihak luar yang berkepentingan dalam penjaan idea melalui platform sumber sedia ada.

Berdasarkan kepada kajian yang diulas menunjukkan bahawa media sosial memainkan peranan yang besar dalam konteks penyaluran pelbagai maklumat dan berpotensi untuk digunakan dalam penyaluran maklumat dalam organisasi. Antara faktor penting yang mempengaruhi penggunaan media sosial ialah tahap persediaan masyarakat, ciri-ciri media sosial dan keperluan kepada maklumat. Risiko dari penggunaan media sosial berkenaan boleh ditinjau secara positif melalui perkongsian maklumat yang cepat tetapi turut juga mempunyai dampak yang negatif sekiranya kakitangan organisasi tidak berpengetahuan dalam menguruskan maklumat. Perbincangan selanjutnya menjurus kepada penelitian yang telah dilakukan berkaitan dengan penggunaan WhatsApp.

Pengenalan WhatsApp dalam peringkat awalnya adalah untuk memudahkan komunikasi yang murah dan selamat di antara ahli keluarga dan rakan-rakan terutama kepada mereka yang terpisah jauh dari satu sama lain. Pada ketika ini juga jelas bahawa WhatsApp membawa aplikasi serupa kepada SMS (*Short Messaging Services*) dengan penghantaran mesej teks semata-mata. Walau bagaimanapun, dengan fungsi terkini WhatsApp yang membolehkan penghantaran pelbagai format seperti penghantaran dokumen (seperti dalam pdf., Docx., dan excel spreadsheet), muzik, mesej suara, panggilan suara, video, dan gambar (sama ada dari galeri telefon atau terus diambil dari kamera telefon) dan juga perkongsian lokasi; telah mendorong penggunaan WhatsApp untuk tujuan lain selain semata-mata untuk menghantar mesej teks seperti SMS.

Church dan de Olivera (2013) meramalkan bahawa WhatsApp sebagai salah satu gelombang baru perkhidmatan komunikasi mudah alih yang akan terus berkembang tanpa henti dan akhirnya menyebabkan penurunan ketara dalam trafik SMS. Memandangkan ketersediaan WhatsApp merentas pelbagai platform mudah alih dan hakikat bahawa ia telah mencapai penggunaan yang semakin meningkat, ia juga membolehkan pengguna menghantar dan menerima maklumat lokasi, imej, video, audio dan mesej teks secara langsung kepada individu dan kumpulan kawan tanpa kos. Hari ini, WhatsApp tidak hanya digunakan untuk tujuan sosial dan peribadi, tetapi juga digunakan untuk kerja dan urusan rasmi.

Terdapat banyak kajian yang menyediakan data bagaimana WhatsApp telah banyak digunakan dalam bidang pendidikan, pemasaran dan kesihatan. Dalam bidang pendidikan misalnya, Bere (2012) dan Bere (2013) mengkaji faktor motivasi yang mempengaruhi penggunaan Whatsapp di Afrika Selatan. Beliau mendapati majoriti responden yang terdiri dari pelajar sarjana lebih suka belajar melalui pemesejan Whatsapp. Sementara itu, Yeboah dan Ewur (2014) melakukan kajian untuk mengetahui kesan penggunaan Whatsapp terhadap prestasi pelajar di institusi pengajian tinggi di Ghana. Mereka menyimpulkan bahawa, kesan positif penggunaan WhatsApp adalah kerana medium berkenaan memberikan banyak kemudahan dalam berinteraksi. Penyelidikan yang dilakukan oleh Amry (2014) turut menunjukkan keberkesanan rangkaian sosial Whatsapp berbanding dengan media sosial yang lain.

Riyanto (2013) mendakwa bahawa Whatsapp boleh digunakan bukan hanya untuk bersosial dengan rakan-rakan, tetapi juga untuk belajar dan bahkan belajar bahasa baru. Pembelajaran Bahasa Inggeris dikatakan lebih menyeronokkan dalam kumpulan WhatsApp bersama rakan pelajar dan guru. Rambe dan Chipunza (2013) mendapati pelajar merasakan Whatsapp memberi mereka kemungkinan untuk mengekspresikan diri secara bebas dalam persekitaran yang tidak terhad sehingga mengurangkan kekangan penyertaan dalam kuliah. Kajian mereka juga menunjukkan bahawa pelajar belajar kemahiran teknikal dengan berkongsi dan mencari maklumat di platform ini. Kajian Tawiah et al. (2014) menunjukkan bahawa perhatian pelajar beralih ke aplikasi Whatsapp sebagai mod komunikasi mereka yang paling disukai berbanding panggilan suara mudah alih.

Dalam konteks pengurusan organisasi, Ganasegeran, Renganathan, Rashid, dan Al-Dubai (2017) mendapati bahawa majoriti responden menganggap WhatsApp sebagai manfaat semasa amalan klinikal kerana ia secara signifikan dikaitkan dengan ciri penggunaan dan jenis peristiwa komunikasi. Walau bagaimanapun, WhatsApp juga digunakan secara meluas dalam persekitaran kerja. Meskipun begitu, tidak semua negara mengiktiraf penggunaan WhatsApp dalam waktu kerja. Terdapat aduan bahawa penggunaan aplikasi sosial termasuk WhatsApp telah menjejaskan cuti dan masa yang berkualiti antara keluarga. Malahan, kerajaan Perancis telah membuat keputusan bahawa pekerja mempunyai hak penuh untuk mengabaikan sebarang arahan kerja yang diterima melalui sebarang aplikasi teknologi (termasuk WhatsApp) selepas jam kerja untuk terus berhubung sama ada untuk tujuan sosial, peribadi atau kerja; dan rakyat Malaysia telah dikenal pasti sebagai pengguna terbesar WhatsApp, diikuti oleh warganegara Jerman dan Brazil (<https://www.statista.com>).

Dalam kajian serupa yang dibuat oleh TNS Global juga mendapati rakyat Malaysia sebagai kumpulan pengguna WhatsApp terbesar, pada 77 peratus (<https://www.nst.com.my>). Menurut Menteri Komunikasi dan Multimedia, Datuk Seri Salleh Said Keruak, kemudahan dan penetapan Internet yang baik di Malaysia telah menyumbang kepada penggunaan media sosial yang lebih besar dalam kalangan rakyat Malaysia (Siruhanjaya Komunikasi dan Multimedia, 2018). Beliau juga menyatakan bahawa WhatsApp adalah pilihan utama untuk pengguna kerana banyak kelebihan seperti kesederhanaan dan kepantasan komunikasi dan perkongsian maklumat, dan antara muka berkesan dalam sesebuah organisasi memandangkan setiap arahan atau amaran dapat dihantar tanpa batasan waktu, dan menjimatkan kos (<https://www.nst.com.my>). Sangat menarik untuk memahami mengapa WhatsApp menjadi begitu popular di Malaysia dan bukan di Amerika Syarikat sebagai negara asal WhatsApp. Di Amerika Syarikat, dilaporkan bahawa media sosial dan aplikasi pesanan utama adalah Facebook (71%), Youtube (56%), Facebook Messenger (37%), Twitter (26%) dan Instagram di 23% (Newman, Fletcher, Kalogeropoulos, Levy, & Nielsen, 2017). Hanya 16 peratus populasi di Amerika Syarikat secara aktif menggunakan aplikasi pemesejan WhatsApp (<https://www.statista.com> atau [statistics](https://www.statista.com)).

Secara keseluruhannya, kajian yang diulas berkaitan dengan media sosial dan seterusnya menjuruskan kepada penggunaan WhatsApp menunjukkan media sosial digunakan secara meluas oleh kakitangan organisasi. Penggunaan yang kian meningkat ini mampu mendatangkan berbagai implikasi sekiranya tidak dikawal dengan betul oleh organisasi melalui pembentukan garis panduan serta polisi. Ini kerana media sosial mampu mendatangkan kesan yang positif dan juga positif terhadap organisasi yang memerlukan penelitian.

METODOLOGI

Reka bentuk kajian yang digunakan adalah gabungan kaedah kuantitatif dan kaedah kualitatif. Pemilihan kaedah gabungan ini adalah berdasarkan kepada objektif dan keperluan kajian iaitu membentuk instrumen penggunaan WhatsApp dan seterusnya meneliti hubungan antara pembolehubah yang dikenalpasti dari instrumen yang dibentuk.

Kaedah Kualitatif

Kaedah kualitatif iaitu temu bual secara berstruktur dan perbincangan kumpulan fokus yang diaplikasi bagi mengenal pasti item-item untuk membentuk soal selidik penggunaan WhatsApp. Informan yang terlibat dalam temu bual ialah lima orang pegawai pengurusan atasan dan lima orang pegawai pengurusan pertengahan di jabatan yang terpilih. Kriteria utama pemilihan responden adalah terdiri dari pengguna WhatsApp. Penyelidik

menghubungi informan untuk mengatur temu janji bagi tujuan perbincangan setelah mendapat kebenaran bertulis dari mereka. Temubual berkenaan dikendalikan sendiri oleh penyelidik dengan bantuan pembantu penyelidik. Keseluruhan proses temu bual mengambil masa satu jam hingga satu setengah jam. Temu bual yang dirakam ditranskripsi sebagai sahaja sesi temu bual selesai dan informan dihubungi semula bagi memastikan maklumat yang dirakamkan adalah sah seperti mana yang dimaksudkan oleh informan sebelum analisis dilakukan.

Manakala kaedah perbincangan kumpulan fokus ini dilaksanakan terhadap kakitangan sokongan yang terdiri pembantu tadbir. Kebenaran bagi melakukan perbincangan kumpulan fokus dengan informan yang menggunakan WhatsApp diperoleh melalui ketua jabatan masing-masing. Sebelum perbincangan dijalankan, penyelidik terlebih dahulu menghubungi informan untuk menentukan masa dan tempat yang sesuai untuk sesi perbincangan kumpulan fokus. Fasilitator kepada perbincangan kumpulan fokus adalah pengkaji sendiri. Rakaman video dilakukan oleh pembantu penyelidik. Semasa sesi perbincangan dijalankan, sesi ini dirakamkan dengan kebenaran dari semua informan terlebih dahulu. Keseluruhan proses perbincangan mengambil masa satu setengah jam hingga dua jam. Proses transkripsi dilakukan oleh pembantu penyelidik sebagai sahaja sesi perbincangan kumpulan fokus tamat.

Protokol Temu Bual dan Perbincangan Kumpulan Fokus

Berikut merupakan contoh soalan-soalan yang dikemukakan kepada informan untuk temu bual dan perbincangan kumpulan fokus:

1. Pada pandangan anda, mengapakah media sosial seperti Whatsapp digunakan untuk menyampaikan maklumat di dalam sesebuah organisasi?
2. Apakah kelebihan dan kelemahan media sosial dalam penyampaian maklumat?
3. Apakah tujuan anda menggunakan Whatsapp?
4. Apakah faktor yang mendorong anda untuk menggunakan atau memiliki Whatsapp/ Facebook?
5. Kenapa anda memilih gambar profil semasa anda di Whatsapp?
6. Adakah profil yang anda gunakan di Whatsapp selaras dengan identiti anda? Jika tidak, kenapa?

Populasi dan Pensampelan

Bagi kaedah kualitatif iaitu temu bual, sejumlah lima orang pegawai pengurusan atasan dan lima orang pegawai pengurusan pertengahan ditemu bual. Pemilihan informan adalah berdasarkan kepada pengguna WhatsApp dan persetujuan mereka untuk ditemu bual setelah surat rasmi di hantar kepada beberapa orang pegawai peringkat atasan dan pertengahan di organisasi yang dikaji.

Manakala untuk perbincangan kumpulan fokus pula, sebanyak dua perbincangan kumpulan fokus dikendalikan. Manakala perbincangan kumpulan fokus pula melibatkan dua kumpulan iaitu seramai sepuluh orang responden terlibat bagi sesi pertama manakala tujuh orang lagi adalah bagi sesi kedua. Kedua-dua kumpulan ini adalah terdiri daripada mereka yang memegang jawatan sebagai pembantu tadbir di dua buah jabatan yang berbeza. Teknik pensampelan bagi kaedah kualitatif adalah berdasarkan kepada teknik pensampelan tujuan iaitu merujuk kepada prosedur pensampelan melibatkan sekumpulan subjek yang mempunyai ciri-ciri tertentu sahaja dipilih sebagai responden kajian.

Pembinaan Soal Selidik

Setelah kesemua data dari temu bual dan perbincangan fokus diperoleh, fasa seterusnya melibatkan analisis data dan pembinaan soal selidik. Pembinaan soal selidik kajian ini melibatkan empat fasa. Pada peringkat pertama,

penyelidik telah menghasilkan item-item daripada transkrip temu bual dan perbincangan kumpulan fokus. Kesemua item disenaraikan oleh penyelidik mengikut kategori-kategori soalan yang dikemukakan kepada informan. Dalam fasa ini, semua penyelidik yang terlibat dalam kajian dan diberikan peluang untuk mencadangkan item-item mengikut kategori yang telah dikenal pasti melalui kajian lepas. Kesemua item tersebut disenaraikan kemudiannya dan digabungkan berdasarkan kategori berkenaan.

Peringkat pembentukan item diteruskan dengan peringkat kedua. Dalam peringkat ini, kesemua item yang diperoleh adalah setelah melalui proses yang mana penyelidik menyemak kembali item-item yang berpotensi untuk mempunyai maksud yang sama, pertindihan item yang sama, ketidaksesuaian item dan item yang berulang. Dalam fasa pertama, keseluruhan item yang dikemukakan adalah mengikut soalan yang ditanya kepada informan. Namun pada peringkat kedua ini, penyelidik telah mengkategorikan item-item tersebut kepada beberapa pecahan kategori lagi menjadikan keseluruhan faktor yang diperoleh adalah sebanyak 20 dengan sejumlah 738 item.

Seterusnya pada peringkat ketiga iaitu penyelidik telah meneliti kesemua item yang dikemukakan dan diminimumkan keseluruhan item tersebut kepada jumlah yang lebih sedikit. Jika dilihat pada perbincangan sebelum ini, keseluruhan kategori yang dikemukakan adalah melibatkan sebanyak 20 kategori namun, pada fasa ini penyelidik telah merangkumkan kesemua kategori tersebut menjadi lima kategori sahaja di mana ianya adalah mengikut objektif kajian yang telah dibentuk. Penyelidik merangkumkan kesemua kategori yang asal kerana setelah diteliti semula, terdapat kategori-kategori yang bertindih dan mempunyai struktur maksud yang sama dan ini menyebabkan penyelidik berkeputusan untuk menjadikan kategori-kategori tersebut kepada skop yang lebih kepada dan bersesuaian dengan objektif kajian. Oleh yang demikian bagi tujuan kajian seterusnya, hanya lima kategori yang diambil kira dengan setiap kategori terdapat pula dimensi-dimensi mereka yang tersendiri (Jadual 1). Jumlah item bagi keseluruhan soal selidik adalah 100 item dengan 16 dimensi dan subdimensi. Skala jawapan yang digunakan bagi keseluruhan item ialah Skala Likert 5 point dengan 1 Sangat tidak setuju hingga 5 Sangat Setuju.

Item-item yang dibentuk kemudiannya melalui beberapa proses saringan dan menghasilkan satu set soal selidik yang diterima pakai untuk diuji seterusnya menggunakan kaedah tinjauan. Soal selidik kemudiannya diedarkan kepada kakitangan di organisasi yang terlibat bagi menguji kebolehpercayaan dan kesahihan instrumen yang dibentuk.

Jadual 1: Dimensi dalam soal selidik

No.	Pembolehubah	Jumlah Dimensi	Jumlah Item
1.	Penggunaan WhatsApp	4	24
2.	Kepercayaan terhadap maklumat	2	12
3.	Kesan jalinan hubungan di dalam WhatsApp	2	12
4.	Etika penggunaan WhatsApp	4	28
5.	Kompetensi penggunaan WhatsApp	4	24
JUMLAH		16	100

Kaedah Kuantitatif

Tahap kedua melibatkan penggunaan kaedah kuantitatif iaitu tinjauan. Kaedah kuantitatif dipilih kerana kelebihanannya iaitu dapat menjimatkan masa dan kos lantaran data dapat dikumpulkan dalam masa yang singkat

dengan jumlah responden yang ramai. Set soal selidik berkenaan kemudiannya diedarkan kepada tiga jabatan yang memberikan kebenaran untuk berkerjasama dengan penyelidik. Permohonan kebenaran telah dikemukakan kepada dua belas jabatan yang wujud di organisasi berkenaan dan pada minggu pertama, hanya tiga jabatan yang memberikan kebenaran. Memandangkan pengkaji juga berhadapan dengan masalah kekangan masa, maka populasi kajian adalah dikira berdasarkan kepada jumlah kakitangan di organisasi berkenaan yang rata-ratanya menggunakan WhatsApp iaitu seramai 215 orang. Soal selidik kemudiannya diedarkan kepada semua responden menggunakan kaedah hantar dan ambil (*drop and collect*). Hasilnya sejumlah 160 soal selidik lengkap dikembalikan kepada pengkaji dan dianalisis. Bahagian berikutnya memerihalkan tentang demografi responden yang terlibat dan analisis hipotesis.

HASIL DAN PERBINCANGAN

Demografi Responden

Analisis menunjukkan dari sejumlah 160 responden, seramai 63.8% dari responden adalah perempuan dan bakinya 36.3% adalah lelaki. Dari segi umur, Jadual 2 menunjukkan sejumlah 48.1% dari responden berumur 31-40 tahun, diikuti dengan 21.30% berumur 41-50 tahun dan 16.3% berumur lebih 50 tahun. Sejumlah 41.3% berpendidikan STPM atau STAM ke bawah dan bakinya berpendidikan Diploma dan ke atas. Manakala dari segi pendapatan bulanan, majoriti dari responden berpendapatan RM4000.00 ke bawah. Jadual 2 turut memaparkan pekerjaan responden. Sejumlah 43.8% dari responden berjawatan pembantu tadbir. Kesemua responden memiliki akaun WhatsApp dan Jadual 4.6 menunjukkan kekerapan penggunaan WhatsApp. Sejumlah 26.3% menggunakan WhatsApp 4-6 jam sehari, diikuti dengan 1-3 jam sehari (22.5%) dan 10-12 jam sehari.

Jadual 2: Demografi responden (n=160)

Perkara	Frekuensi	Peratus
Jantina		
Lelaki	58	36.2
Perempuan	100	63.8
Umur		
21 tahun-30 tahun	20	12.5
31 tahun-40 tahun	77	48.1
41 tahun-50 tahun	34	21.3
>50 tahun	26	16.3
Tidak menjawab	3	1.9
Taraf Pendidikan		
PMR atau SPM atau STPM atau STAM	66	41.3
Diploma atau Sijil	9	5.6
Ijazah Sarjana Muda	45	28.1
Sarjana	26	16.3
PhD	14	8.8
Pendapatan Bulanan		
RM1001-RM2000	23	14.4
RM2001-RM3000	53	33.1

RM3001-RM4000	42	26.3
RM4001-RM5000	13	8.1
>RM5001	29	18.1
Pekerjaan		
Pegawai Tadbir	19	11.9
Pembantu Peribadi	2	1.3
Pembantu Pustakawan	42	26.3
Pembantu Tadbir	70	43.8
Penolong Pegawai Tadbir	3	1.9
Pensyarah	14	8.8
Pustakawan	10	6.3
Kekerapan Penggunaan Whatsapp		
<1 jam sehari	29	18.1
61 minit-3 jam sehari	36	22.5
4 jam-6 jam sehari	42	26.3
7 jam-9 jam sehari	11	6.9
10 jam-12 jam sehari	31	19.4
>13 jam sehari	11	6.9

Analisis Kebolehpercayaan Instrumen

Bahagian ini membincangkan tentang analisis kebolehpercayaan instrumen yang dibangunkan oleh penyelidik sendiri berdasarkan kepada nilai Alfa Cronbach (Jadual 3). Dapatan kajian menunjukkan bagi pemboleh ubah penggunaan WhatsApp nilai yang diperoleh ialah $\alpha=.96$. Bagi pemboleh ubah Kepercayaan Terhadap Maklumat pula menunjukkan nilai yang diperoleh ialah $\alpha=.92$. Seterusnya, pemboleh ubah Kesan Jalinan Hubungan di dalam WhatsApp pula menunjukkan $\alpha=.88$. Bagi pemboleh ubah Etika Penggunaan WhatsApp menunjukkan nilai kebolehpercayaan yang diperoleh bagi pemboleh ubah ini ialah $\alpha=.94$. Pemboleh ubah yang terakhir ialah berkaitan dengan Kompetensi Penggunaan WhatsApp yang menunjukkan nilai iaitu $\alpha=.93$. Hasil analisis menunjukkan nilai kepercayaan soal selidik yang tinggi dan boleh digunakan untuk tujuan kajian.

Jadual 3: Nilai Alfa bagi setiap pemboleh ubah

Pemboleh Ubah	Jumlah Item	A
Penggunaan WhatsApp	24	.96
Kepercayaan terhadap maklumat	12	.92
Kesan jalinan hubungan di WhatsApp	12	.88
Etika penggunaan WhatsApp	28	.94
Kompetensi penggunaan WhatsApp	24	.93

Ujian Hipotesis

Dalam konteks kajian ini, pengkaji telah mewujudkan sejumlah tiga hipotesis seperti berikut dan analisis dilakukan menggunakan Korelasi Pearson untuk mengenal pasti hubungan antara pemboleh ubah berkenaan.

- a) Hubungan antara Penggunaan WhatsApp dengan Kepercayaan terhadap Maklumat

Hasil analisis menunjukkan terdapat hubungan Penggunaan WhatsApp dengan Kepercayaan Terhadap Maklumat

($r = .789^*$; $p < .00$). Dapatan ini menunjukkan bahawa salah satu faktor penggunaan WhatsApp ialah kepercayaan terhadap maklumat yang disampaikan melalui WhatsApp. Semakin tinggi kepercayaan terhadap maklumat berkenaan, semakin tinggi tahap penggunaan WhatsApp (Jadual 4).

b) Hubungan antara Penggunaan WhatsApp dan Kesan Penggunaan WhatsApp

Hasil analisis menunjukkan terdapat hubungan antara penggunaan WhatsApp dan kesan penggunaan berkenaan ($r = .679$, $p < .00$). Peningkatan dalam penggunaan WhatsApp turut meningkatkan kesan penggunaan berkenaan (Jadual 4).

c) Hubungan antara Kompetensi Penggunaan dan Penggunaan WhatsApp.

Hasil analisis menunjukkan terdapat hubungan antara penggunaan WhatsApp dan kompetensi penggunaan berkenaan ($r = .702$, $p < .00$). Semakin banyak penggunaan semakin tinggi kesannya terhadap individu (Jadual 4).

d) Hubungan antara Penggunaan WhatsApp dan Etika Penggunaan WhatsApp.

Hasil analisis menunjukkan terdapat hubungan antara penggunaan WhatsApp dan etika penggunaan berkenaan ($r = .63$, $p < .00$). Semakin banyak penggunaan semakin tinggi kepercayaan terhadap keperluan untuk etika penggunaan WhatsApp (Jadual 4).

Jadual 4: Hubungan antara pemboleh ubah

	Kepercayaan	Kompetensi	Kesan	Etika
	.789**	.702**	.679**	.63**
Penggunaan WhatsApp	.00	.00	.00	.00
	160	160	160	160

Hasil kajian ini telah membentuk instrumen berkaitan penggunaan WhatsApp yang merangkumi pemboleh ubah Penggunaan WhatsApp, Kepercayaan Terhadap Maklumat, Kesan Jalinan Hubungan di WhatsApp, Etika Penggunaan WhatsApp, dan Kompetensi Penggunaan WhatsApp. Dari segi penggunaan WhatsApp, item penggunaan WhatsApp secara keseluruhannya merangkumi 24 item. Analisis terhadap item-item ini menunjukkan penggunaan WhatsApp digunakan kerana ianya mudah digunakan, mudah diakses, penghantaran mesej yang cepat, tren semasa, dan memudahkan tindakan segera dikeluarkan. WhatsApp juga digunakan untuk mengukuhkan hubungan silaturahim, meningkatkan pengetahuan, membolehkan perkongsian gambar dilakukan, menjana pendapatan sampingan dan sebagainya. Ini menunjukkan WhatsApp digunakan oleh kakitangan organisasi kerana berbagai faktor. Dapat ini selaras dengan andaian Teori Penerimaan Teknologi yang mengariskan ciri-ciri penerimaan teknologi. WhatsApp turut dikatakan mempunyai kelebihan dari segi kebolehcapaian iaitu WhatsApp mudah diakses serta menjadi tren penggunaan selaras dengan andaian Teori Konstruksi Sosial berteraskan Teknologi dan Teori Hiperpersonal.

Dari segi Kepercayaan Terhadap Maklumat pula, penggunaan gambar profil di WhatsApp dikatakan memudahkan hubungan, dan sebaliknya sering menukar gambar profil akan menyukarkan komunikasi kerana ianya melambangkan falsafah seseorang. Pengguna WhatsApp juga menyemak kesahihan sumber yang diterima dari

WhatsApp melalui penggunaan berbagai sumber bagi mengukuhkan kesahihan, membuat analisis terhadap maklumat yang diterima dan mempertikai kredibiliti maklumat dari sumber yang tidak resmi.

Berkaitan dengan kesan jalinan hubungan di dalam WhatsApp, kajian mendapati mesej yang diterima di WhatsApp boleh mempengaruhi persepsi terhadap seseorang, menggambarkan peribadi seseorang, tidak selari dengan peribadi sumber serta kesukaran membuat tafsiran terhadap seseorang berdasarkan mesej di WhatsApp. Terdapat juga responden yang berpandangan bahawa beliau akan tersinggung sekiranya mesej beliau lambat mendapat respon, akan memberikan maklum balas dengan cepat, memberikan maklumbalas kerana menghargai penyampai maklumat dan sebagainya.

Dari segi Etika Penggunaan WhatsApp, responden berpandangan bahawa mesej beransur hasutan tidak boleh dikongsi di WhatsApp, mesej berkaitan urusan kerja sepatutnya hanya dihantar pada waktu pejabat, kerahsiaan maklumat adalah penting, hanya pihak tertentu berhak menghebahkan maklumat organisasi, perkongsian sebarang gambar perlu melibatkan etika serta perlu diadakan polisi atau garis panduan penggunaan WhatsApp dalam kalangan kaki tangan organisasi. Kompetensi Penggunaan WhatsApp pula merangkumi keperluan berfikir sebelum menghantar sesuatu mesej, menyemak kesahihan mesej, penggunaan emotikon yang bersesuaian, adab, aktiviti peribadi, tugas rasmi, mesej berbentuk santai dan sebagainya yang melibatkan penggunaan WhatsApp.

Secara ringkas, ciri dan potensi penggunaan WhatsApp sebagai sumber maklumat organisasi, hasil kajian menunjukkan jalinan hubungan antara pengguna WhatsApp dapat dijalinan di mana mengutamakan kepada beberapa aspek iaitu mewujudkan semangat kekitaan, mengekalkan atau menjarakkan hubungan, membantu mendapatkan maklumat, berkongsi maklumat dan juga menghargai ucapan. Dalam masa yang sama, WhatsApp juga didapati berfungsi sebagai penyalur sumber maklumat yang bercirikan kepada ketelusan dan terdapat juga ciri-ciri kerahsiaan. Ini kerana pengguna WhatsApp boleh menyemak terlebih dahulu maklumat dan juga mengenalpasti sumber maklumat yang diperolehi. Ini adalah bagi memastikan kesahihan sesuatu maklumat yang diterima atau pun yang dikongsi kepada umum di WhatsApp. Dalam masa yang sama pengguna boleh mengenalpasti identiti sumber maklumat yang diperolehi atau dikongsi di WhatsApp. Ini adalah juga bagi memastikan kesahihan maklumat yang diterima atau dikongsi di WhatsApp adalah sah atau pun sebaliknya.

Hasil kajian juga menunjukkan kompetensi penggunaan WhatsApp dikaitkan dengan kesedaran minda dalam kalangan pengguna. Kesedaran minda yang dikaitkan dengan penggunaan WhatsApp adalah melibatkan isu berkaitan dengan membezakan antara formal atau informal, berhati-hati, keselamatan, sensitiviti, jangkaan kesan mesej, kesan kepada organisasi atau imej organisasi, kesedaran berkaitan masa dan menghormati perbezaan iaitu merupakan antara ciri etika dalam berkomunikasi. WhatsApp didapati mempunyai potensi yang besar dalam penyaluran maklumat. Ini kerana ciri-ciri yang digariskan seperti mudah, cepat, selamat dan merupakan salah satu kemudahan yang digunakan oleh orang ramai. Namun begitu, hasil kajian menunjukkan terdapat juga isu yang menimbulkan kebimbangan dalam konteks penyaluran maklumat organisasi yang berleluasa sekiranya etika dan garis panduan tidak diterapkan. Penggunaan tanpa mengambil kira faktor masa arahan dari pelbagai sumber adalah merupakan antara kelemahan penggunaan WhatsApp dalam penyaluran maklumat organisasi.

Hasil kajian menunjukkan WhatsApp memainkan peranan yang besar terhadap kakitangan organisasi. Penggunaan Whats di bukti mempunyai kaitan dengan kepercayaan terhadap maklumat yang disalurkan, peningkatan kompetensi penggunaan media sosial, kesan penggunaan WhatsApp dan etika penggunaan WhatsApp.

Penemuan penting yang dikenalpasti dalam kajian ini membuktikan peranan WhatsApp sebagai alat pelincir kepada persekitaran dan struktur organisasi seperti yang diandaikan dalam Teori Konstruksi Sosial. Tiga kategori utama yang dikenal pasti dalam kajian ini ialah ciri-ciri WhatsApp dari segi kelebihannya yang menyebabkan pengguna memilih untuk menggunakan media berkenaan, WhatsApp sebagai sumber maklumat dan jalinan hubungan melalui WhatsApp yang dapat dibentuk melalui kompetensi penggunaan dan etika dalam penggunaan WhatsApp.

Dari segi sub kategori yang dikenal pasti berkaitan dengan kelebihan WhatsApp ialah mudah, murah, cepat, kebolehcapaian, tren, komunikasi dua hala, *personalization*, dan kepelbagaian fungsi dalam menjalinkan hubungan kakitangan organisasi. Manakala sub kategori bagi WhatsApp sebagai sumber maklumat ialah sumber maklumat telus dan rahsia, kesahihan sumber maklumat, identiti sumber, dan keutamaan komunikasi bersemuka. Subkategori bagi kelebihan jalinan hubungan di WhatsApp diwakili oleh subdimensi mewujudkan semangat kekitaan, mengekalkan atau menjarakkan hubungan, membantu orang lain mendapatkan maklumat, berkongsi maklumat, dan menghargai ucapan. Ciri-ciri ini merupakan elemen penting dalam jalinan hubungan dan teknologi WhatsApp yang diperkenalkan diubasui penggunaannya hinggalah mencapai ciri-ciri ini.

Berkaitan dengan kepentingan WhatsApp, hasil kajian ini selaras dengan kajian yang telah dilakukan Mustaffa et al., (2018) yang mendapati bahawa tahap persediaan individu adalah penting dalam menjamin penerimaan WhatsApp sebagai sumber maklumat. Begitu juga dengan kajian oleh Madia (2011) dan Vuori (2012) dan lain-lain sarjana yang memperakui bahawa WhatsApp ialah sumber maklumat tambahan yang berguna sepertimana yang diperakui oleh responden kajian ini.

Ketiga-tiga kategori penting dan sub kategori yang dikenalpasti dalam kajian ini adalah selaras dengan andaian Teori Konstruksi Sosial dan Teori Konstruksi Sosial berteraskan teknologi. Teori ini mengandaikan bahawa pengaruh sosial dan tingkahlaku adalah konsisten perlu wujud bagi membolehkan sesuatu aspek baru diterima. Secara keseluruhannya responden secara terbuka menerima kehadiran teknologi baru ini dan menggunakannya dengan berbagai tujuan seperti menjadikan media ini sebagai sumber maklumat dan saluran untuk menjalinkan hubungan. Selaras dengan andaian teori ini, sumber maklumat dan jalinan hubungan adalah merupakan dua elemen penting dalam struktur organisasi yang dinamik dan sentiasa berkembang selaras dengan perkembangan organisasi. Kakitangan memerlukan maklumat untuk membolehkan mereka berfungsi sepertimana yang diharapkan oleh organisasi dan dalam masa yang sama mereka perlu menjalin hubungan dengan kakitangan yang baik bagi memotivasikan mereka untuk terus berkhidmat di dalam organisasi yang sama. Lantaran itu, dapatan ini mengukuhkan lagi andaian Teori Konstruksi Sosial bahawa teknologi dimanfaatkan oleh manusia selaras dengan keperluannya dan teknologi seperti WhatsApp perlu difahami dalam konteks sosial iaitu persekitaran. Persekitaran kakitangan yang memerlukan maklumat menyebabkan WhatsApp berkenaan digunakan sepenuhnya untuk menyalurkan maklumat dan memberikan maklumbalas.

Hasil kajian ini juga membuktikan andaian Teori Konstruksi Sosial berteraskan teknologi tentang fleksibiliti iaitu penciptaan teknologi adalah suatu proses terbuka yang membenarkan pengubahsuaian dilakukan hinggalah kestabilan dicapai. Proses ini sedang berlaku dalam konteks organisasi yang dikaji. Informan meneroka penggunaan WhatsApp dari perbagai aspek dan rata-ratanya mengakui media berkenaan mempermudah interaksi dan memperkukuhkan hubungan yang merupakan elemen dinilai penting dalam perjalanan organisasi. Kemampuan media berkenaan memenuhi nilai ini menyebabkan media berkenaan diterima oleh kakitangan organisasi.

Keseluruhan elemen ini dibuktikan mempunyai hubungan yang positif. Penggunaan WhatsApp mempunyai hubungan dengan Kepercayaan Terhadap Mesej yang disalurkan melalui saluran berkenaan, turut dikaitkan dengan kompetensi penggunaan WhatsApp, Kesan Penggunaan WhatsApp serta Etika dalam Penggunaan WhatsApp.

KESIMPULAN

Secara keseluruhannya hasil kajian telah menunjukkan potensi WhatsApp dalam penyaluran maklumat organisasi. Kajian ini juga telah membentuk instrumen penggunaan WhatsApp dan membuktikan implikasi penggunaan WhatsApp dalam kalangan kakitangan organisasi. Kajian ini mempunyai limitasi tersendiri misalnya, sampel yang dipilih bukanlah sampel rawak sepenuhnya dan hasil kajiannya tidak dapat digeneralisasi kepada seluruh populasi kajian kerana sampel tersebut tidak mewakili semua dalam populasi berkenaan.

Keputusan kajian hanya mewakili kumpulan subjek kajian yang dipilih sahaja. Kajian akan datang boleh dilakukan untuk meninjau penggunaan media sosial yang lain dalam konteks pengurusan organisasi yang berbeza dengan mengaplikasikan instrumen yang telah dicipta.

PENGHARGAAN

Kajian ini dibiayai oleh Kementerian Pengajian Tinggi di bawah dana Fundamental Research Grant Scheme (Kod S/O 13606).

RUJUKAN

- Amry, A., B. (2014). The impact of WhatsApp mobile social learning on the achievement and attitudes of female students compared with face to face learning in the classroom. *European Scientific Journal*, 10 (22), 116-136.
- Arno, C. (2012). "Worldwide social media usage trends in 2012", available at: <http://searchenginewatch.com/article/2167518/Worldwide-Social-Media-Usage-Trends-in-2012>
- Bere, A. (2012). A comparative study of student experiences of unquitious learning via mobile devices and learner management systems at a South African university. *Proceedings of the 14th Annual Conference on World Wide Web Applications*. Cape Peninsula University of Technology, <http://www.zaw3.co.za/index.php/ZAWWW/2012/paper/viewFile/537/160>.
- Bere, A. (2013). Using mobile instant messaging to leverage learner participation and transform pedagogy at a South African University of Technology. *British Journal of Educational Technology*, 44(4), 544-561.
- Burson-Masteller Asia Pacific, (2011), retrieved from <http://issuu.com> on 29 September 2020.
- Church, K., & de Oliveira, R. (2013) What's up with Whatsapp? Comparing mobile instant messaging behaviors with traditional SMS. *15th International Conference on Human-Computer Interaction with Mobile Devices and Services*, 352-361. <http://dl.acm.org/citation.cfm?id=2493225>.
- Ewing, M., Men, L. R., & O'Neil, J. (2019) Using social media to engage employees: Insights from internal communication managers. *International Journal of Strategic Communication*, 13(2), 110-132, DOI: 10.1080/1553118X.2019.1575830.

- Çiçek, M., & Erdogmus, I. (2012). The impact of social media marketing on brand loyalty. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 58, 1353-1360. 10.1016/j.sbspro.2012.09.1119.
- Ganasegeran, K., Renganathan, P., Rashid, A., & Al-Dubai, S. A. R. (2017). The m-Health revolution: Exploring perceived benefits of WhatsApp use in clinical practice. *International Journal of Medical Informatics*, 97, 145–151.
- Global Digital Report. (2019). We Are Social. Retrieved December 14, 2020, from <https://wearesocial.com/global-digital-report-2019>.
- Junco, R. (2012). The relationship between frequency of Facebook use, participation in Facebook activities, and student engagement. *Computers & Education*, 58, 162-171.
- Madden, M., & Zickuhr, K. (2011). 65% of online adults use social networking sites. Retrieved from <http://pewinternet.org/~media/Files/Reports/2011/PIP-SNS-Update-2011.pdf> (Archived by WebCite® at <http://www.Webcitation.org/6RncYj7C6>).
- Madia, S.A. (2011), Best practices for using social media as a recruitment strategy, *Strategic HR Review*, 10 (6), 19-24.
- Mustaffa, C.S. & Che Noh, C. H., Hassan, A. B., & Bahtiar, M. (2018). Understanding the usage of whatsapp among Malaysian employees through the lens of social influence theory. *International Journal of Engineering & Technology*, 7, 1039. 10.14419/ijet.v7i4.38.27635.
- News Report. (2017, June). <https://ssrn.com/abstract=3026082>. Retrieved on 13 October 2020.
- New Straits Times. (n.d.). NST Online. <https://www.nst.com.my>
- Rambe, P., & Chipunza, C. (2013). Using mobile devices to leverage student access to collaboratively generated resources: A case of WhatsApp instant messaging at a South African university. *International Conference on Advanced Information and Technology for Education*.
- Riyanto, A. (2013). English language learning using whatsapp application. <https://akhmadriyantoblog.wordpress.com/2013/07/21/english-language-learning-using-whatsapp-application>. Retrieved on 15 October 2020.
- Rothschild, P. (2011). Social media use in sports and entertainment venues. *International Journal of Event and Festival Management*, 2 (1), 139-150. 10.1108/17582951111136568.
- Suruhanjaya Komunikasi dan Multimedia. (2018). Laporan Tahunan. <https://www.mcmc.gov.my/skmmgovmy/media/General/pdf/Laporan-Tahunan-2018-MCMC.pdf>
- Tawiah, Y.S., Nondzor, H.E., & Alhaji, A. (2014). Usage of WhatsApp and voice calls (phone call): preference of polytechnic students in Ghana. *Science Journal of Business and Management*, 2 (4), 103-108
- Yeboah, J., & Ewur, G.D. (2014). The impact of whatsapp messenger usage on students' performance in Tertiary Institutions in Ghana. *Journal of Education and Practice*, 5(6), 157-164.
- Tardanico, S. (2012) Is social media sabotaging real communication? Retrieved from: <http://www.forbes.com/sites/susantardanico/2012/04/30/is-social-mediasabotaging-real-communication/#48719bc74fd8>. Retrieved on 2 October 2020.
- Vuori, M. (2012). Exploring uses of social media in a global corporation. *Journal of Systems and Information Technology*, 14 (1), 155-170.