

Article

Persepsi Kakitangan Awam terhadap Penggunaan Media Sosial dalam Penyampaian Barang dan Perkhidmatan Awam

(Perception of Public Employees on the Use of Social Media in the Delivery of Public Goods and Services)

Muhammad Haziq Said & Norain Mod Asri*

Pusat Pembangunan Inklusif dan Lestari, Fakulti Ekonomi dan Pengurusan, Universiti Kebangsaan Malaysia, 43600 Bangi, Selangor, Malaysia

*Pengarang Koresponden: norain@ukm.edu.my

Diserah: 20 Jun 2023

Diterima: 21 September 2023

Abstrak: Objektif kajian ini adalah untuk mengenalpasti persepsi pekerja atau kakitangan awam terhadap penggunaan media sosial dalam penyampaian barang dan perkhidmatan di sektor awam. Kajian ini mengaplikasikan kaedah kualitatif dengan menggunakan soal selidik yang diedarkan kepada responden dalam kalangan kakitangan (penjawat) awam yang bertugas di kawasan Lembah Klang. Menerusi analisis deskriptif terhadap 331 sampel pekerja sektor awam, dapatan membuktikan kebanyakan pekerja sektor awam menggunakan telefon pintar dalam urusan kerja. Walaupun mereka memiliki lebih daripada satu akaun media sosial, tetapi Whatsapp lebih kerap digunakan dalam urusan kerja. Media sosial juga lebih banyak digunakan untuk tujuan komunikasi dengan rakan sekerja dan ketua. Malah media sosial membolehkan kerja dapat diselesaikan tanpa bersemuka. Manakala barang dan perkhidmatan awam pula turut boleh disampaikan kepada masyarakat tanpa perlu ke lokasi menerusi penggunaan media sosial. Apa yang menarik juga adalah penggunaan media sosial dapat mengurangkan tekanan pekerja dalam membuat kerja dan menjimatkan kos telekomunikasi mahupun pengangkutan. Berpandukan kepada dapatan di atas, jelas sekali bahawa media sosial sesuai digunakan dalam operasi sektor awam termasuklah dalam penyampaian barang awam kepada masyarakat.

Kata kunci: Sektor awam; analisis deskriptif; media sosial; Lembah Klang; barang dan perkhidmatan awam

Abstract: The objective of this study is to identify the perception of employees or civil servants towards the use of social media in the delivery of goods and services in the public sector. This study applies a qualitative method by using a questionnaire distributed to respondents among civil servants who are on duty in the Klang Valley area. Through a descriptive analysis of 331 samples of public sector workers, the findings indicate that the majority of public sector workers use smartphones for work-related tasks. Although they have more than one social media account, Whatsapp is the most frequently used platform for work-related matters. Social media is also primarily used for communication purposes with colleagues and superiors. Additionally, social media allows work to be completed remotely without the need for face-to-face interactions. Furthermore, goods and public services can be delivered to the public without physically going to the location through the use of social media. Interestingly, the use of social media can reduce work-related stress and save costs on telecommunication and transportation. Based on the findings above, it is clear that social media is suitable for use in public sector operations including in the delivery of public goods to the community.

Keywords: Public sector; descriptive analysis; social media; Klang Valley; goods and public services

Pengenalan

Pemilikan gajet yang tinggi terutama penduduk di kawasan bandar seperti Lembah Klang serta penyebaran covid 19 yang berleluasa di serata dunia menjadikan kebanyakan urusan harian bergantung kepada pendigitalan termasuk operasi dalam sektor awam. Antara yang banyak yang digunakan dalam pengurusan penyampaian barang dan perkhidmatan awam adalah media sosial. Media sosial ini dilihat telah digunakan secara meluas di pelbagai peringkat kerajaan. Kajian daripada (Wang et al., 2022) dan (Amri & Asri, 2022) menyatakan media sosial iaitu twitter merupakan antara platform bagi rakyat dari China dan Malaysia memperoleh pelbagai info berkaitan virus Covid 19 yang melanda dunia. Namun persoalannya kini bagaimana media sosial digunakan oleh kakitangan awam dalam urusan kerja seharian mereka?

Seperti yang kita maklum, banyak dasar yang dirangka dan dilaksanakan untuk memperkukuhkan lagi ekonomi digital di Malaysia. Dalam laporan yang diterbitkan oleh Unit Pemodenan Tadbiran dan Perancangan Pengurusan Malaysia (MAMPU) menyatakan dimana media sosial merupakan satu medium yang memberi kesan langsung kepada pekerja sektor awam di mana media sosial membolehkan mereka menyampaikan dan mendapatkan maklum balas daripada orang awam dan pemegang amanah terhadap penerimaan dasar, program dan perkhidmatan agensi. Media sosial juga merupakan saluran komunikasi yang sangat penting pada masa kini bagi pekerja sektor awam dalam melaksanakan penyampaian barang dan perkhidmatan awam. Penggabungan media sosial terkini dan media tradisi membolehkan info atau maklumat yang hendak disampaikan kepada pelanggan dan kumpulan sasar lebih cepat menerima secara menyeluruh (MAMPU, 2015). Justeru, objektif kajian ini adalah untuk melihat bagaimana penggunaan media sosial dapat membantu dalam penyampaian barang dan perkhidmatan awam oleh pekerja sektor awam.

Dari segi kepentingan, kajian ini amat penting kepada kerajaan selaku majikan kepada kakitangan awam bagi membolehkan kerajaan merangka dasar yang sesuai untuk menggalakkan lagi penggunaan media sosial dengan lebih baik dalam kalangan kakitangannya. Dasar yang dibentuk itu juga perlu mampu membawa kepada peningkatan produktiviti pekerja sektor awam dalam menyampaikan barang dan perkhidmatan awam kepada masyarakat. Manakala bagi pekerja sektor awam pula, kajian ini penting untuk mendedahkan mereka dengan penggunaan media sosial yang lebih teratur dan sistematik ke arah meningkatkan lagi mutu perkhidmatan sektor awam.

Seterusnya, kajian ini memberikan sumbangan dari beberapa aspek. Pertama, kajian ini hanya memfokus kepada pekerja di sektor awam memandangkan sektor awam mempunyai saiz kakitangan yang besar serta liputan operasinya yang luas. Oleh itu, kajian ini dapat mengenalpasti penggunaan sebenar media sosial oleh pekerja sektor awam dalam menawarkan barangan awam. Kedua, kajian ini hanya mengambilkira kakitangan sektor awam yang bertugas di Lembah Klang sahaja. Ini kerana Lembah Klang mempunyai kepadatan penduduk yang tinggi, jaringan internet yang baik serta pemilikan gajet yang tinggi dalam kalangan penduduknya. Dalam masa yang sama, kebanyakan organisasi kerajaan yang berada di Lembah Klang merupakan ibu pejabat bagi kementerian, jabatan atau agensi kerajaan tertentu. Jadi, kajian ini dapat mengenalpasti persepsi pekerja atau kakitangan awam terhadap penggunaan media sosial dalam penyampaian barang dan perkhidmatan di sektor awam.

Sorotan Kajian Lepas

Media sosial kini menjadi antara platform utama yang digunakan oleh pelbagai pihak termasuklah kerajaan dalam menyampaikan barangan awam. Justeru, banyak kajian terdahulu yang telah mengupas penggunaan media sosial dalam operasi sektor awam.

1. Internet sebagai Sumber dan Penyebaran Maklumat Utama

Penggunaan internet menerusi aplikasi media sosial dilihat lebih kerap ketika pandemik Covid-19 berlaku berbanding sebelumnya. Didapati purata penggunaan media sosial adalah lebih 8 jam sehari ketika musim pandemik (Kaya, 2020) terutama apabila perintah kawalan pergerakan diwartakan (Vall-roqué et al., 2021). Ini kerana pelbagai sumber maklumat percuma mudah diperolehi banyak laman media sosial (Jayasinghe et al. 2020). Tambahan pula, Bento et al. (2020) menjelaskan bahawa internet menjadi sumber utama maklumat dengan pencarian kata kunci berkaitan “ koronavirus” meningkat sebanyak 36% sehari. Manakala melalui

penggunaan media sosial, pihak kerajaan dan anggota berkuasa kesihatan dapat membuat pesanan secara berterusan serta memberi informasi kepada rakyat (Azlan et al. 2020).

2. Informasi Barang Awam

Barang awam tulen merupakan barang yang tiada pengecualian mahupun persaingan. Kedua-dua ciri ini sebenarnya mencerminkan bahawa masyarakat bebas menggunakan barang awam yang disediakan oleh kerajaan. Justeru, informasi barang awam perlu menggunakan medium terbuka bagi semua golongan masyarakat agar mereka dapat mengakses secara percuma serta mendapat informasi yang tepat dan berguna (Addair, 2015). Dalam kata lain, informasi barang awam perlulah diberikan tanpa halangan supaya masyarakat berpeluang mengakses maklumat mengikut tujuan mereka (Fister, 2012). Pembukaan akses yang bebas ini membolehkan pelbagai jenis kandungan maklumat dapat dipindahkan kepada bentuk digital seperti gambar, teks dan data (Addair, 2015). Kesan pembukaan akses terbuka ini pula mampu mewujudkan komunikasi yang lebih responsif dan berleluasa serta meningkatkan kepatuhan dan keselamatan kesihatan awam (McFadden et al., 2020). Namun begitu, maklumat yang disebarkan hendaklah diterangkan secara terperinci bagi membuatkan orang ramai lebih patuh dan merasakan kebajikan mereka terjamin (Bolarinwa, 2020).

3. Media Sosial dalam Sektor Awam

Aplikasi media sosial merupakan platform dan perkhidmatan dalam talian yang diusahakan oleh penyedia pihak ketiga (Ines Mergel, 2016). Ia bertujuan untuk orang ramai membina rangkaian/perhubungan sosial dengan pihak lain. Kemajuan media sosial telah membolehkan banyak organisasi sama ada kerajaan mahupun swasta menggunakan medium ini untuk menambah baik produktiviti dan mencapai matlamat sesuatu perkara (Akram & Kumar, 2017). Malah, organisasi kerajaan juga dilihat menggunakan kemudahan media sosial ini untuk meningkatkan interaksi dan penyampaian mereka kepada masyarakat. Pada tahun 2012, lebih 90% organisasi kerajaan Amerika Syarikat menggunakan sekurang-kurangnya satu medium media sosial untuk berkongsi dengan orang ramai atau mengumpul responden bergantung kepada misi dan visi sesebuah agensi (Ines Mergel, 2016). Dalam masa yang sama, media sosial juga membenarkan agensi awam untuk memupuk penglibatan dengan rakyat dan organisasi lain menggunakan falsafah web 2.0. Ini bererti individu menjadi peserta aktif dalam mencipta, menyusun, mengedit, menggabungkan, berkongsi, mengulas, dan menilai kandungan Web serta membentuk rangkaian sosial melalui interaksi dan hubungan antara satu sama lain (Chun et al., 2010).

Seterusnya, komunikasi antara kerajaan dengan orang awam secara tradisional banyak menimbulkan masalah yang berpunca daripada kekurangan bajet dan tidak meletakkan komunikasi dengan orang awam sebagai keutamaan mereka. Surat khabar, radio, dan televisyen merupakan komunikasi sehala yang akan memberi kesan maklum balas yang rendah daripada pihak berkepentingan untuk berkomunikasi dengan kerajaan, lantas akan berlaku penyertaan yang rendah daripada masyarakat awam (Hoffman, 2013). Perubahan teknologi dan inovasi dalam perkhidmatan atau sektor awam mengubah pandangan masyarakat luar terhadap penyampaian barang dan perkhidmatan awam (Ines Mergel, 2016). Di samping itu, Criado et al. (2013) juga menyokong bahawa transformasi dan faedah yang diperolehi dari media sosial menjadikan platform ini sebagai keutamaan kepada pihak kerajaan untuk menyebarkan informasi, berinteraksi bersama orang awam dan meningkatkan kualiti perkhidmatan dalam pentadbiran awam. Sebagai contoh, perkembangan penyampaian barang awam melalui media sosial dapat dilihat melalui penyebaran maklumat berkaitan banjir yang melanda Carolina selatan di Amerika syarikat. Banjir yang berlaku ini berpunca daripada 11 trilion galon air jatuh di kawasan tersebut. Media sosial dilihat telah memainkan peranan sebagai penyampai mesej dan berita untuk menyelaraskan operasi bencana yang berlaku pada masa tersebut (Lovari & Bowen, 2020).

Selain itu, penggunaan media sosial yang meluas telah mempercepatkan proses pertukaran maklumat terutama pada masa pandemik Covid-19 berlaku. Ramai saintis telah menjalankan kajian epidemiologi maklumat dengan mengumpul data dari media sosial (Abd-alrazaq et al. 2020). Mereka juga menjalankan pemantauan maklumat tweet berkaitan COVID-19 di Twitter untuk meneroka topik utama dan emosi perbincangan berkaitan penyakit tersebut. Selain informasi berkaitan dengan Covid-19, keselamatan pengangkutan awam juga merupakan barang awam yang boleh disampaikan melalui media

sosial. Ini kerana perkembangan media sosial turut mampu menjadi platform untuk meningkatkan keselamatan dalam pengangkutan awam (Beecroft, 2019).

4. Media Sosial dalam Mempengaruhi Produktiviti Pekerja Sektor Awam

Sebenarnya penggunaan media sosial dalam sektor awam membantu ramai pekerja sektor awam dalam menyampaikan perkhidmatan dan barang awam kepada masyarakat. Menerusi kemajuan melalui media sosial ini, kerajaan telah mula untuk menggunakan aplikasi media sosial untuk berkomunikasi dengan masyarakat serta menyediakan barang dan perkhidmatan awam di samping meningkatkan kecekapan, prestasi dan produktiviti (Androusoy et al., 2019). Malahan, penggunaan media sosial membolehkan pekerja sektor awam menguruskan isu-isu pelanggan mereka serta dapat menambahbaik reputasi mereka dengan pelanggan (Diga & Kelleher, 2009). Ini disokong oleh Curtis et al. (2010) yang menyatakan pekerja sektor awam menjadi lebih peka akan keberkesanan mereka berkaitan dengan golongan sasaran dan membina hubungan dengan orang lain melalui platform media sosial.

Rentetan itu, media sosial telah dianggap sebagai platform yang penting kepada pekerja sektor awam. Ini dapat dilihat kepada peningkatan minat pekerja sektor awam terhadap penggunaan media sosial (Watson, 2012). Dalam masa yang sama, pekerja sektor awam juga sedar akan keberkesanan media sosial dari segi membangunkan strategi komunikasi, mencapai sasaran dan menggalakkan perhubungan (Curtis et al., 2010).

Metodologi

1. Kutipan Data

Kajian ini mengaplikasikan kaedah kuantitatif dengan menggunakan soal selidik secara dalam talian. Ini bererti responden akan diberikan soal selidik menerusi platform *google form* yang dihantar melalui email. Proses kutipan data ini mengambil masa selama lebih kurang dua bulan memandangkan responden dipilih dari pelbagai badan dan agensi kerajaan dan pelbagai peringkat jawatan. Hanya soal selidik yang lengkap dijawab sahaja dikumpulkan untuk tujuan analisis. Secara keseluruhannya, kaedah pengagihan soal selidik kepada responden secara dalam talian telah membolehkan pengumpulan data daripada responden di kawasan kajian yang dipilih dapat dilakukan dengan lancar.

2. Persampelan

Kajian ini menggunakan persampelan khusus, di mana hanya mengambilkira responden dalam kalangan kakitangan (penjawat) yang bertugas di kawasan Lembah Klang. Ini kerana Lembah Klang mempunyai kepadatan penduduk yang tinggi dan terletaknya banyak bangunan kerajaan. Selain itu, Lembah Klang juga mempunyai jaringan internet yang luas dan laju serta pemilikan dan penggunaan gajet adalah tinggi dalam kalangan warganya. Justeru, pemilihan kawasan ini membolehkan kita mengetahui bagaimana barang awam boleh disampaikan oleh penjawat awam kepada orang ramai melalui media sosial di kawasan yang menjadi tumpuan operasi sektor kerajaan mahupun swasta.

3. Instrumen Kajian

Soal selidik bagi kajian ini mempunyai 4 bahagian. Bahagian A merangkumi maklumat demografi dan latar belakang responden, bahagian B pula terdiri daripada literasi digital dan pemilikan gajet serta internet dan bahagian C mengenalpasti pemilikan media sosial dalam kalangan responden. Manakala bahagian D menjurus kepada soalan berkaitan penggunaan media sosial dalam penyampaian atau penawaran barang awam oleh kakitangan sektor awam. Soalan yang terangkum di bahagian D merupakan soalan skala Likert yang menggunakan empat skala sahaja iaitu 1=sangat tidak setuju, 2=tidak setuju, 3=setuju dan 4=sangat setuju.

4. Analisis Data

Hanya 331 responden yang telah menjawab soal selidik dengan lengkap. Justeru, kesemua 331 soal selidik tersebut akan dianalisis. Secara spesifiknya, bahagian A, B dan C akan dianalisis menggunakan kaedah deskriptif iaitu kekerapan dan peratusan. Manakala bahagian D bakal dianalisis menggunakan nilai min.

Hasil Kajian

1. Latar Belakang Responden

Daripada 331 orang responden yang telah memberikan maklum balas, 52.87% responden adalah wanita, 63.74% responden merupakan golongan belia yang berumur 21 tahun hingga 40 tahun, 58% responden mempunyai 1 tahun hingga 10 tahun bekerja di sektor awam, 67.37% responden tinggal dalam lingkungan jarak 1 kilometer hingga 20 kilometer dari tempat bekerja, 76.74% responden bukan merupakan ketua di organisasi, 67.37% responden menaiki kereta ke tempat kerja, 73.11% responden telah berkahwin, 72.8% responden mempunyai pendidikan tertiar (iaitu Sarjanamuda ke atas), 84.89% responden merupakan pekerja tetap, 51.66% responden memperoleh pendapatan bulanan kurang daripada RM4850 yang mencerminkan kebanyakan responden merupakan golongan B40 dan 80.96% responden mempunyai tanggungan seramai 1 orang hingga 6 orang.

2. Analisis Literasi Digital Dan Pemilikan Gajet Serta Internet

Dapatan menunjukkan 64.35% responden tidak mempunyai pendidikan formal dalam teknologi maklumat dan komunikasi (ICT) tetapi 98.79% responden menggunakan gajet dalam urusan harian. Berkaitan dengan gajet yang digunakan ini, 98.19% responden menggunakan telefon pintar milik sendiri, 60.12% responden turut menggunakan komputer riba milik sendiri dan 43.50% responden hanya menggunakan komputer milik pejabat (majikan). Agak mengejutkan juga apabila 60.73% responden tidak mempunyai tablet dan 63.14% responden tidak memiliki jam tangan pintar yang menunjukkan tablet dan jam tangan pintar sangat kurang digunakan oleh masyarakat Malaysia dalam kehidupan seharian. Lanjutan daripada status penggunaan gajet di atas, didapati 77.64% responden sangat kerap menggunakan telefon pintar dan 64.44% responden sangat kerap menggunakan komputer dalam urusan kerja. Manakala dari segi pemilikan internet, 77.64% responden melanggan sendiri plan data postpaid dan 60.73% responden melanggan sendiri plan data prepaid. Dalam masa yang sama, 58.01% responden melanggan sendiri wifi berbayar dan 66.47% responden menggunakan wifi percuma yang disediakan oleh majikan mereka. Selain itu, 65.55% responden membayar bil internet bulanan dalam lingkungan RM51 hingga RM200. Manakala 66.16% responden berpandangan bahawa internet di pejabat adalah laju.

3. Analisis Pemilikan Media Sosial

Berkaitan pemilikan media sosial dalam kalangan kakitangan sektor awam, didapati 97.58% responden memiliki lebih dari satu akaun media sosial. Dalam masa yang sama, lebih 50% responden belajar sendiri menggunakan Whatsapp, Telegram, Facebook, Instagram dan Youtube. Dapatan juga menunjukkan responden hanya sangat kerap menggunakan Whatsapp (86.10%) dalam urusan kerja tetapi lebih 50% responden tidak kerap menggunakan Telegram, Facebook, Twitter, Instagram, Linked In dan Youtube bagi hal yang berkaitan dengan kerja. Implikasi dari kekerapan tersebut, didapati 86.10% responden sangat mahir mengendalikan akaun Whatsapp berbanding akaun media sosial yang lain. Seterusnya, dapatan kajian juga membuktikan 50.45% responden mengakses Whatsapp selama 1 jam hingga 6 jam sehari untuk tujuan kerja manakala 49.54% responden mengakses Whatsapp selama 7 jam dan ke atas dalam sehari bagi urusan kerja. Ini menggambarkan pekerja sektor awam agak lama menggunakan Whatsapp setiap hari dalam urusan kerja mereka. Walaupun begitu, lebih 60% responden dilihat hanya mengakses Telegram, Facebook, Twitter, Instagram, Linked In dan Youtube sekitar 1 jam hingga 3 jam sehari bagi urusan kerja. Jelas sekali berdasarkan kepada kekerapan, tahap kemahiran dan jam akses, terbukti bahawa Whatsapp lebih dominan digunakan oleh kakitangan awam bagi urusan kerja harian mereka.

4. Pandangan Pekerja Sektor Awam Terhadap Penggunaan Media Sosial Dalam Penyampaian (Penawaran) Barang Awam

Berdasarkan kepada Jadual 1, didapati media sosial sangat memainkan peranan yang penting dalam komunikasi di kalangan kakitangan awam. Ini terbukti apabila responden menjelaskan bahawa media sosial membantu mereka berkomunikasi dengan rakan sejawatan (3.39) dan ketua (3.34) serta komunikasi responden dan ketua menerusi media sosial menunjukkan ketua tersebut seorang yang lebih santai (2.93).

Responden juga membenarkan rakan (2.84) dan ketua (2.73) dalam jabatan yang sama serta rakan (2.83) dan ketua (2.69) dalam jabatan yang berbeza menjadi pengikut media sosial mereka. Penggunaan media sosial juga membolehkan responden mendapat maklum balas dengan segera (3.34), membantu responden berkomunikasi dengan cepat dalam urusan kerja (3.32) dan meluaskan jaringan kenalan (3.21). Perlu dijelaskan bahawa media sosial lebih mudah berbanding platform komunikasi formal yang lain seperti e-mel (3.04) dan lebih banyak interaksi antara rakan sekerja melalui media sosial akan memberikan pengalaman kerja yang lebih baik (3.03).

Seperkara yang menarik berkaitan penggunaan media sosial adalah ia membolehkan responden menyertai kumpulan komunikasi dengan rakan sekerja lain agar maklumat dapat disebarkan dengan cepat tanpa mempunyai batasan komunikasi (3.32), menjadikan responden cenderung untuk menyebarkan maklumat berkaitan urusan pekerjaan melalui kumpulan komunikasi rakan sekerja seperti di Whatsapp atau Telegram (3.14) serta responden cenderung menyertai kumpulan media sosial tertentu bagi memudahkan pengurusan bagi sesebuah program (3.14). Penyertaan dalam kumpulan komunikasi ini juga sebenarnya membolehkan lebih banyak idea-idea yang bernas dapat dijana antara rakan sekerja (3.08) dan menjadikan responden cenderung untuk memberikan maklum balas dalam kumpulan komunikasi (3.05).

Dari segi kesan kepada kerja atau tugas pula, media sosial amat sesuai dan penting untuk digunakan di organisasi awam bagi urusan kerja (3.14). Ini kerana media sosial memudahkan responden menyiapkan urusan pekerjaan kerana mendapat maklum balas serta berhubung dengan lebih cepat (3.28), membolehkan responden mencari dan memuat turun maklumat berkaitan kerja (3.24), memudahkan dalam urusan melaksanakan program (3.14), membantu kerja disiapkan dengan cepat (3.07) dan meningkatkan keberkesanan dalam setiap urusan kerja harian responden (3.06).

Berkait dengan tugas yang melibatkan rakan sekerja, media sosial memudahkan responden untuk menetapkan tarikh perjumpaan atau bermesyuarat antara rakan sekerja (3.28), membolehkan kerja responden yang berkait dengan rakan sekerja dapat diselesaikan tanpa bersemuka (3.08), membolehkan kerja responden yang berkait dengan rakan sekerja dapat diselesaikan tanpa bersemuka di luar hari bekerja (3.05) dan membolehkan kerja responden yang berkait dengan rakan sekerja dapat diselesaikan tanpa bersemuka ketika bercuti di luar kawasan (2.99). Berkait dengan pelanggan pula, penggunaan media sosial turut menjadikan pelanggan dapat memberikan maklum balas yang cepat berkaitan perkhidmatan barang awam melalui platform media sosial seperti Twitter dan Facebook (3.07), memudahkan responden menyampaikan perkhidmatan atau barang awam kepada pelanggan dengan lebih cepat tanpa perlu merentas lokasi (3.05), lantas media sosial sesuai digunakan dalam menyampaikan barang atau perkhidmatan awam kepada orang ramai (3.00) dan memudahkan responden untuk menepati piagam pelanggan (2.90).

Apa yang menarik lagi tentang media sosial adalah responden dapat menyiapkan tugas dengan mudah dan cepat ketika outstation (3.04), dapat mengurangkan rasa tekanan dalam melakukan kerja apabila menggunakan media sosial kerana kerja dapat dilakukan dengan lebih pantas (3.03) serta lebih mudah dan cepat (3.00), menjana idea yang berinovasi apabila berinteraksi menerusi media sosial (2.99), meningkatkan tahap kepuasan responden dalam melaksanakan urusan kerja (2.98) dan membolehkan responden mengikuti (follow) media sosial ahli keluarga untuk menyampaikan maklumat (2.99). Walaupun begitu, penggunaan media sosial dilihat menyebabkan masa bekerja lebih panjang kerana memerlukan maklum balas daripada rakan sekerja sama ada pada waktu bekerja atau di luar waktu bekerja (2.96). Tetapi keputusan secara bersama sering dibuat menerusi media sosial (2.03) termasuklah keputusan pada luar hari bekerja (2.89) dan ketika bercuti di luar kawasan (2.89), lantas menyebabkan responden kerap bekerja di luar hari pejabat (2.83) tetapi mereka tidak stress dengan adanya penggunaan media sosial (2.82).

Seterusnya, kaedah penyampaian maklumat secara audio, visual, video dan dokumen memudahkan responden untuk memahami maklumat yang ingin disampaikan melalui media sosial (3.24). Dalam masa yang sama, responden juga dilihat cenderung menggunakan kreativiti bagi mereka bentuk maklumat yang ingin disampaikan kepada rakan sekerja (3.10) dan pelanggan (3.08) seperti menggunakan bahan infografik. Responden juga kerap memuatnaik bahan-bahan berkaitan dengan kerja untuk dikongsi bersama atau disebarkan menerusi WhatsApp (2.86) diikuti Telegram (2.56), Facebook (2.39), Instagram (2.21), Twitter (2.14), Youtube (2.11) dan Linked In (2.05).

Selain itu, responden juga menegaskan bahawa media sosial dapat menjimatkan kos telekomunikasi mereka kerana menggunakan langganan internet tanpa had (3.27) dan terdapat kemudahan wifi yang disediakan di tempat kerja (3.15). Malahan, penggunaan media sosial dalam kerja turut mengurangkan kos pengangkutan (3.06) termasuklah kos pengangkutan di luar hari bekerja (3.04) dan kos pengangkutan ketika bercuti di luar kawasan (3.01). Penggunaan media sosial memberikan memotivasikan responden untuk kekal di jabatan kerajaan semasa dan terus berkhidmat sehingga bersara (2.99). Penggunaan media sosial juga membolehkan responden berkongsi informasi kerana media sosial itu sendiri menyimpan secara automatik semua dokumen yang diberikan responden (2.96) dan membuatkan responden lebih dihargai oleh rakan sekerja dan memberikan responden motivasi untuk kekal berada di organisasi ini (2.89). Amat mengejutkan apabila penggunaan media sosial membolehkan responden lebih sihat (2.73) dan menjadikan responden mengamalkan diet pemakanan yang sihat semasa kerja (2.73).

Namun begitu, media sosial turut dilihat mempunyai kelemahan sendiri memandangkan penggunaan media sosial menyebabkan aspek kerahsiaan sukar untuk dikawal (3.14). Malah, jaringan internet perlu dinaiktaraf di pejabat responden bagi memudahkan penggunaan media sosial dalam urusan kerja seharian (3.12). Pengukuhan media sosial dalam perkhidmatan kerajaan juga perlu untuk mengurangkan karenah birokrasi (2.98).

Jadual 1. Penggunaan media sosial dalam penyampaian atau penawaran barang awam oleh pekerja

Bil.	Item	Nilai Min
1	Media sosial membantu saya untuk berkomunikasi dengan rakan sejawatan saya.	3.39
2	Media sosial membantu saya untuk berkomunikasi dengan ketua saya.	3.34
3	Penggunaan media sosial membolehkan saya mendapatkan maklum balas dengan kadar yang segera.	3.34
4	Media sosial membantu saya untuk berkomunikasi dalam sekelip mata bagi urusan kerja.	3.32
5	Saya menyertai kumpulan komunikasi bersama dengan rakan sekerja yang lain supaya maklumat dapat disebarkan dengan cepat dan tidak mempunyai batasan komunikasi.	3.32
6	Media sosial memudahkan saya untuk menyiapkan urusan pekerjaan kerana mendapat maklum balas serta berhubung dengan lebih cepat.	3.28
7	Media sosial memudahkan saya untuk menetapkan tarikh perjumpaan atau bermesyuarat antara rakan sekerja.	3.28
8	Penggunaan media sosial dapat menjimatkan kos telekomunikasi saya kerana menggunakan langganan internet tanpa had.	3.27
9	Saya menggunakan media sosial untuk mencari dan memuat turun maklumat berkaitan kerja.	3.24
10	Kaedah penyampaian maklumat secara audio, visual, video dan dokumen memudahkan saya untuk memahami maklumat yang ingin disampaikan melalui media sosial.	3.24
11	Media sosial memudahkan saya untuk membuat sebarang keputusan dengan cepat kerana tidak perlu berhubung di talian atau emel.	3.22
12	Media sosial membantu saya dalam membuat perancangan bagi kerja saya.	3.21
13	Penggunaan media sosial dapat meluaskan jaringan kenalan.	3.21
14	Penggunaan media sosial dapat menjimatkan kos telekomunikasi saya kerana terdapat kemudahan wifi yang disediakan di tempat kerja.	3.15
15	Saya lebih cenderung untuk menyebarkan maklumat berkaitan urusan pekerjaan melalui kumpulan komunikasi rakan sekerja seperti di Whatsapp atau Telegram.	3.14
16	Saya menyertai kumpulan media sosial tertentu bagi memudahkan pengurusan bagi sesebuah program.	3.14
17	Penggunaan media sosial memudahkan dalam urusan melaksanakan program.	3.14
18	Penggunaan media sosial menyebabkan aspek kerahsiaan sukar untuk dikawal.	3.14
19	Penggunaan media sosial amat sesuai dan penting untuk digunakan di jabatan saya bagi urusan kerja.	3.14
20	Jaringan internet perlu dinaiktaraf di pejabat saya bagi memudahkan penggunaan media sosial dalam urusan kerja seharian.	3.12
21	Saya lebih cenderung menggunakan kreativiti bagi mereka bentuk maklumat yang ingin disampaikan kepada rakan sekerja seperti menggunakan bahan infografik.	3.10
22	Saya lebih cenderung menggunakan kreativiti bagi mereka bentuk maklumat yang ingin disampaikan kepada pelanggan seperti menggunakan bahan infografik.	3.08
23	Interaksi melalui media sosial membolehkan lebih banyak idea-idea yang bernas dapat dijana antara rakan sekerja.	3.08

24	Penggunaan media sosial dalam kerja membolehkan kerja saya yang berkait dengan rakan sekerja dapat diselesaikan tanpa bersemuka	3.08
25	Penggunaan media sosial membolehkan pelanggan dapat memberikan maklum balas yang cepat berkaitan perkhidmatan barang awam melalui platform media sosial seperti Twitter, Facebook dan lain-lain.	3.07
26	Penggunaan media sosial membolehkan kerja siap dengan cepat.	3.07
27	Penggunaan media sosial meningkatkan keberkesanan dalam setiap urusan kerja harian saya.	3.06
28	Penggunaan media sosial dalam kerja mengurangkan kos pengangkutan.	3.06
29	Saya lebih cenderung untuk memberikan maklum balas dalam kumpulan komunikasi.	3.05
30	Media sosial memudahkan saya untuk menyampaikan perkhidmatan atau barang awam kepada pelanggan dengan lebih cepat tanpa perlu merentas lokasi.	3.05
31	Penggunaan media sosial dalam kerja membolehkan kerja saya yang berkait dengan rakan sekerja dapat diselesaikan tanpa bersemuka di luar hari bekerja.	3.05
32	Penggunaan media sosial lebih mudah berbanding platform komunikasi formal yang lain seperti e-mel.	3.04
33	Penggunaan media sosial dalam kerja mengurangkan kos pengangkutan di luar hari bekerja.	3.04
34	Penggunaan media sosial membolehkan saya menyiapkan tugas dengan mudah dan cepat ketika outstation.	3.04
35	Lebih banyak interaksi antara rakan sekerja melalui media sosial akan memberikan pengalaman kerja yang lebih baik.	3.03
36	Saya dapat mengurangkan rasa tekanan dalam melakukan kerja apabila menggunakan media sosial kerana kerja dapat dilakukan dengan lebih pantas.	3.03
37	Penggunaan media sosial dalam kerja mengurangkan kos pengangkutan ketika bercuti di luar kawasan.	3.01
38	Penggunaan media sosial dapat mengurangkan tekanan kerana urusan kerja dapat disiapkan dengan lebih mudah dan cepat.	3.00
39	Media sosial sesuai digunakan untuk saya menyampaikan barang atau perkhidmatan awam kepada orang ramai.	3.00
40	Saya mengikuti (follow) media sosial ahli keluarga untuk menyampaikan maklumat.	2.99
41	Saya dapat menjana idea yang berinovasi apabila berinteraksi menerusi media sosial.	2.99
42	Penggunaan media sosial memberikan motivasi untuk saya kekal di jabatan ini dan terus berkhidmat sehingga bersara.	2.99
43	Penggunaan media sosial dalam kerja membolehkan kerja saya yang berkait dengan rakan sekerja dapat diselesaikan tanpa bersemuka ketika bercuti di luar kawasan.	2.99
44	Pengukuhan media sosial dalam perkhidmatan kerajaan dapat mengurangkan karenah birokrasi.	2.98
45	Penggunaan media sosial meningkatkan tahap kepuasan saya dalam melaksanakan urusan kerja.	2.98
46	Penggunaan media sosial menyebabkan masa bekerja lebih panjang kerana memerlukan maklum balas daripada rakan sekerja sama ada pada waktu bekerja atau diluar waktu bekerja.	2.96
47	Penggunaan media sosial dalam saya berkongsi informasi lebih memudahkan kerana media sosial itu sendiri menyimpan secara automatik semua dokumen yang saya berikan.	2.96
48	Penggunaan media sosial tidak menyebabkan saya stress dalam melaksanakan kerja.	2.94
49	Penggunaan media sosial membolehkan saya menyiapkan tugas dengan mudah dan cepat ketika bercuti di luar kawasan.	2.94
50	Komunikasi saya dan ketua menerusi media sosial menunjukkan ketua saya seorang yang lebih santai.	2.93
51	Keputusan secara bersama sering dibuat menerusi media sosial.	2.93
52	Saya juga membenarkan ahli keluarga menjadi pengikut (followers) media sosial saya untuk menyampaikan maklumat.	2.92
53	Saya lebih cenderung untuk menyampaikan mesej menerusi mesej peribadi.	2.92
54	Saya lebih cenderung untuk menyampaikan mesej menerusi kumpulan media sosial.	2.92
55	Penggunaan media sosial menyebabkan masa kerja lebih panjang.	2.92
56	Saya lebih cenderung untuk memberikan maklum balas secara mesej peribadi.	2.91
57	Media sosial memudahkan saya untuk menepati piagam pelanggan.	2.90
58	Penggunaan media sosial membuatkan saya lebih dihargai oleh rakan sekerja dan memberikan saya motivasi untuk kekal berada di organisasi ini.	2.89
59	Keputusan secara bersama sering dibuat menerusi media sosial di luar hari bekerja.	2.89

60	Keputusan secara bersama sering dibuat menerusi media sosial ketika bercuti di luar kawasan.	2.89
61	Penggunaan media sosial membolehkan saya membuat keputusan bagi menyelesaikan masalah dengan segera dan lebih baik.	2.87
62	Saya kerap memuatnaik bahan-bahan berkaitan dengan kerja untuk dikongsi bersama atau disebarkan menerusi WhatsApp.	2.86
63	Penggunaan media sosial dalam kerja menyebabkan saya kerap bekerja di luar waktu pejabat.	2.85
64	Saya juga membenarkan rakan dalam jabatan yang sama menjadi pengikut (followers) media sosial saya untuk urusan kerja.	2.84
65	Saya juga membenarkan rakan dalam jabatan yang berlainan menjadi pengikut (followers) media sosial saya untuk urusan kerja.	2.83
66	Penggunaan media sosial dalam kerja menyebabkan saya kerap bekerja di luar hari pejabat.	2.83
67	Penggunaan media sosial tidak menyebabkan saya stress dalam melaksanakan kerja di luar hari bekerja.	2.82
68	Saya mengikuti (follow) media sosial rakan dalam jabatan yang sama.	2.81
69	Saya akan lebih bermotivasi apabila berinteraksi menerusi media sosial.	2.81
70	Penggunaan media sosial tidak menyebabkan saya stress dalam melaksanakan kerja ketika bercuti di luar kawasan.	2.81
71	Saya lebih cenderung untuk menyebarkan maklumat berkaitan urusan pekerjaan melalui mesej peribadi.	2.79
72	Maklumat yang dimuat turun daripada media sosial selamat untuk di simpan ke dalam gajet.	2.77
73	Saya mengikuti (follow) media sosial rakan dalam jabatan yang berlainan.	2.76
74	Saya juga membenarkan ketua dalam jabatan yang sama menjadi pengikut (followers) media sosial saya untuk urusan kerja.	2.73
75	Penggunaan media sosial membolehkan saya sebagai staf berasa selamat memuat naik dan memuat turun segala maklumat.	2.73
76	Penggunaan media sosial dalam kerja membolehkan saya lebih sihat.	2.73
77	Penggunaan media sosial dalam kerja membolehkan saya amalkan diet pemakanan yang sihat semasa kerja.	2.73
78	Saya juga membenarkan ketua dalam jabatan yang berlainan menjadi pengikut (followers) media sosial saya untuk urusan kerja.	2.69
79	Penggunaan media sosial dalam kerja membolehkan saya amalkan diet pemakanan yang sihat semasa kerja di luar hari bekerja.	2.66
80	Penggunaan media sosial dalam kerja membolehkan saya lebih sihat di luar hari bekerja.	2.65
81	Penggunaan media sosial dalam kerja membolehkan saya lebih sihat ketika bercuti di luar kawasan.	2.65
82	Penggunaan media sosial dalam kerja membolehkan saya amalkan diet pemakanan yang sihat semasa kerja ketika bercuti di luar kawasan.	2.64
83	Saya mengikuti (follow) media sosial ketua dalam jabatan yang sama.	2.61
84	Saya kerap memuatnaik bahan-bahan berkaitan dengan kerja untuk dikongsi bersama atau disebarkan menerusi Telegram.	2.56
85	Maklumat yang dimuat naik ke media sosial mempunyai status selamat kerana tahap keselamatannya terjaga.	2.56
86	Saya mengikuti (follow) media sosial ketua dalam jabatan yang berlainan.	2.55
87	Saya kerap memuatnaik bahan-bahan berkaitan dengan kerja untuk dikongsi bersama atau disebarkan menerusi Facebook.	2.39
88	Saya kerap memuatnaik bahan-bahan berkaitan dengan kerja untuk dikongsi bersama atau disebarkan menerusi Instagram.	2.21
89	Saya kerap memuatnaik bahan-bahan berkaitan dengan kerja untuk dikongsi bersama atau disebarkan menerusi Twitter.	2.14
90	Saya kerap memuatnaik bahan-bahan berkaitan dengan kerja untuk dikongsi bersama atau disebarkan menerusi Youtube.	2.11
91	Saya kerap memuatnaik bahan-bahan berkaitan dengan kerja untuk dikongsi bersama atau disebarkan menerusi LinkedIn.	2.05

Kesimpulan

Secara keseluruhannya, dapatan membuktikan bahawa kebanyakan pekerja sektor awam menggunakan telefon pintar dalam urusan kerja. Walaupun mereka memiliki lebih daripada satu akaun media sosial, tetapi Whatsapp lebih kerap digunakan dalam urusan kerja. Media sosial juga lebih banyak digunakan untuk tujuan komunikasi dengan rakan sekerja dan ketua. Malah media sosial membolehkan kerja dapat diselesaikan tanpa bersemuka. Manakala barang dan perkhidmatan awam pula turut boleh disampaikan kepada masyarakat tanpa perlu ke lokasi menerusi penggunaan media sosial. Apa yang menarik juga adalah penggunaan media sosial

dapat mengurangkan tekanan pekerja dalam membuat kerja dan menjimatkan kos telekomunikasi mahupun pengangkutan.

Berpandukan kepada dapatan di atas, jelas sekali bahawa media sosial sesuai digunakan dalam operasi sektor awam termasuklah dalam penyampaian barang awam kepada masyarakat. Bagi menggalakkan lagi penggunaan media sosial dalam kalangan kakitangan sektor awam, maka kerajaan perlu menaiktaraf jaringan internet dan menyediakan kemudahan gajet yang lebih banyak untuk pelbagai lapisan pekerja sektor awam. Kakitangan awam juga perlu lebih celik dan mahir dalam menggunakan pelbagai akaun media sosial bagi meningkatkan lagi kecepekan mereka dalam menyampaikan barang dan perkhidmatan awam kepada masyarakat. Namun, apa yang lebih penting lagi, aspek keselamatan dan kerahsiaan dalam penggunaan media sosial perlu dipertingkatkan lagi ke arah tadbir urus sektor awam yang lebih baik di masa hadapan.

Penghargaan: Terima kasih kepada semua pihak atas bantuan penerbitan artikel ini.

Kenyataan Persetujuan Termaklum: Kajian telah mendapat persetujuan daripada semua responden yang terlibat dalam kajian.

Konflik Kepentingan: Pengkaji tidak mempunyai konflik kepentingan antara semua pihak-pihak yang telah terlibat dalam kajian ini.

Rujukan

- Amri, S. A. Z., & Asri, N. M. (2022). COVID-19 Information and Consumer Perception. *Jurnal Ekonomi Malaysia*, 56(1), 107–121. <https://doi.org/10.17576/JEM-2022-5601-08>
- Androutopoulou, A., Karacapilidis, N., Loukis, E., & Charalabidis, Y. (2019). Transforming the communication between citizens and government through AI-guided chatbots. *Government Information Quarterly*, 36(2), 358–367. <https://doi.org/10.1016/j.giq.2018.10.001>
- Anomaly, J. (2015). Public goods and government action. *Politics, Philosophy and Economics*, 14(2), 109–128. <https://doi.org/10.1177/1470594X13505414>
- Azlan, A. A., Hamzah, M. R., Sern, T. J., Ayub, S. H., & Mohamad, E. (2020). Public knowledge, attitudes, and practices towards COVID-19: A cross-sectional study in Malaysia. *PLoS ONE*, 15(5), 1–15. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0233668>
- Beecroft, M. (2019). The future security of travel by public transport: A review of evidence. *Research in Transportation Business and Management*, 32. <https://doi.org/10.1016/j.rtbm.2019.100388>
- Bento, A. I., Nguyen, T., Wing, C., Lozano-Rojas, F., Ahn, Y. Y., & Simon, K. (2020). Evidence from internet search data shows information-seeking responses to news of local COVID-19 cases. *Proceedings of the National Academy of Sciences of the United States of America*, 117(21), 11220–11222. <https://doi.org/10.1073/pnas.2005335117>
- Bolarinwa, O. T., & B. (2020). Socio-demographic predictors of adherence to coronavirus disease prescribed recommendations and lockdown psychological impacts: Perspectives of Nigerian social media users. <https://doi.org/10.1101/2020.09.09.20188482>
- Chun, S. A., Shulman, S., Sandoval, R., & Hovy, E. (2010). Government 2.0: Making connections between citizens, data, and government. *Information Polity*, 15(1–2), 1–9. <https://doi.org/10.3233/IP-2010-0205>
- Criado, J. I., Sandoval-Almazan, R., & Gil-Garcia, J. R. (2013). Government innovation through social media. *Government Information Quarterly*, 30(4), 319–326.
- Curtis, L., Edwards, C., Fraser, K. L., Gudelsky, S., Holmquist, J., Thornton, K., & Sweetser, K. D. (2010). Adoption of social media for public relations by nonprofit organizations. *Public Relations Review*, 36(1), 90–92. <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2009.10.003>
- Diga, M., & Kelleher, T. (2009). Social media use, perceptions of decision-making power, and public relations roles. *Public Relations Review*, 35(4), 440–442. <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2009.07.003>

- Fister, B. (2012). Open Access and the Future of Academic Scholarship. *Library Issues: Briefings for Faculty and Administrators*, 32(5), 1–4. Retrieved from <http://www.libraryissues.com/sub/PDF3205May201292740.pdf>.
- Hofmann, S., Beverungen, D., Räckers, M., & Becker, J. (2013). What makes local governments' online communications successful? Insights from a multi-method analysis of Facebook. *Government Information Quarterly*, 30(4), 387–396.
- Jayasinghe, R., Ranasinghe, S., Jayarajah, U., & Seneviratne, S. (2020). Quality of online information for the general public on Covid-19. *Patient Educational and Counseling Journal*, 103(12), 2594–2597.
- Kaya, T. (2020). The changes in the effects of social media use of Cypriots due to COVID-19 pandemic. *Technology in Society*, 63(4), 101380. <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2020.101380>
- Lovari, A., & Bowen, S. (2020). Social media in disaster communication: A case study of strategies, barriers, and ethical implications. *Journal of Public Affairs*, 20(1). <https://doi.org/10.1002/pa.1967>
- MAMPU (Malaysian Administrative Modernisation and Management Planning Unit). (2015). *Penerapan etika penggunaan media sosial dalam sektor awam Malaysia*. <https://www.mampu.gov.my/3d-flip-book/penerapan-etika-penggunaan-media-sosial-dalam-sektor-awam/>
- McFadden, S. A. M., Malik, A. A., Aguolu, O. G., Willebrand, K. S., & Omer, S. B. (2020). Perceptions of the adult US population regarding the novel coronavirus outbreak. *PLoS ONE*, 15(4). <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0231808>
- Mergel, I. (2016). Social Media in the Public Sector. In *Encyclopedia of Public Administration and Public Policy*, Third Edition (pp. 1–4). Routledge. <https://doi.org/10.1081/e-epap3-120051204>.
- Vall-Roqué, H., Andrés, A., & Saldaña, C. (2021). The impact of COVID-19 lockdown on social network sites use, body image disturbances, and self-esteem among adolescent and young women. *Progress in Neuro-Psychopharmacology and Biological Psychiatry*, 110, 1–16. <https://doi.org/10.1016/j.pnpbp.2021.110293>
- Verschraegen, G., & Schiltz, M. (2007). Knowledge as a global public good: The role and importance of open access. *Societies without Borders*, 2(2), 157–174. <https://doi.org/10.1163/187219107X203540>
- Wang, H., Sun, K., & Wang, Y. (2022). Exploring the Chinese Public's Perception of Omicron Variants on Social Media: LDA-Based Topic Modeling and Sentiment Analysis. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 19(14). <https://doi.org/10.3390/ijerph19148377>
- Watson, T. (2012). The evolution of public relations measurement and evaluation. *Public Relations Review*, 38(3), 390–398. <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2011.12.018>