

# PENGGUNAAN FACEBOOK OLEH BADAN BUKAN KERAJAAN ALAM SEKITAR (ENGO) DALAM MENYAMPAIKAN MESEJ ALAM SEKITAR

JAUHARIATUL AKMAL & JAMILAH AHMAD  
UNIVERSITI SAINS MALAYSIA

## **Abstrak**

Perkembangan Facebook telah mewujudkan fenomena yang tersendiri di seluruh pelusok dunia. Kini, penggunaan Facebook bukan lagi hanya untuk berinteraksi secara peribadi, malah berkembang sebagai medium perantara dalam menyampaikan maklumat, menjalankan perniagaan, pendidikan mahupun perkongsian gambar dan video. Dengan mengambil kira perkembangan Facebook di negara ini, kajian ini cuba menghurai penggunaan Facebook oleh 10 Badan Bukan Kerajaan Alam Sekitar (ENGO) di Malaysia khususnya dalam menyampaikan mesej alam sekitar kepada publik. Kajian ini juga dijalankan untuk mengetahui pendekatan yang digunakan oleh ENGO dalam mengumpul dan menyebarkan maklumat khusus organisasi, mengenal pasti keberkesanan komunikasi dua hala dengan khalayak sasaran melalui penggunaan Facebook dan mengetahui tahap penggunaan Facebook dalam membantu ENGO dalam menyampaikan mesej alam sekitar. Data dikumpul menggunakan kaedah kualitatif melalui pendekatan wawancara mendalam (*in-depth interview*) dan dianalisa menggunakan Teori Komunikasi Dialogik (*Dialogic Communication Theory*). Hasil kajian mendapati media sosial seperti Facebook dapat membantu ENGO di Malaysia menyebarkan mesej alam sekitar kepada masyarakat kerana ia lebih mudah diakses dan paling tinggi penggunaannya.

**Kata Kunci** : Laman Jaringan Sosial; Facebook; Badan Bukan Kerajaan Alam Sekitar (ENGO; Alam Sekitar; teori Komunikasi Dialogik

## FACEBOOK USAGE AMONG ENVIRONMENTAL NON-GOVERNMENTAL ORGANISATION (ENGO) FOR DISSEMINATION OF ENVIRONMENTAL MESSAGE

### **Abstract**

The growth of Facebook users creates phenomena in the world of social media. Currently, Facebook usage is not only limited to personal interaction but has expanded as a communication medium in terms of sharing information, business expansion, education and sharing of pictures and videos. Taking into account the rising of social media in this country, this research attempts to elaborate the usage of Facebook by 10 Environmental Non-Government Organizations (ENGOS) in Malaysia especially in dissemination environmental messages to the public. This research also aims to explore the methods used by ENGO in collecting and disseminating information, to ensure the effectiveness of two-way communication with the target audiences. Data collected using qualitative method of in-depth interview was analyzed by using Dialogic Communication Theory. Findings indicated that social media such as Facebook are able to assist Malaysian ENGO in disseminating environmental messages to the public due to its accessibility and high users interface.

**Keywords:** *Social networking; Facebook; Environmental Non-Government Organization; Environment; Dialogic Communication theory*

### **PENGENALAN**

Kemunculan internet sebagai alat komunikasi terkini menjanjikan satu wadah penyebaran maklumat dalam memantapkan ilmu dan meningkatkan pengetahuan kepada masyarakat. Perkembangan internet menyebabkan berjuta-juta laman web diwujudkan dalam menyampaikan maklumat sehingga kepesatan dunia siber ini sukar dikawal. Pelbagai maklumat sama ada benar-benar sahih atau palsu, perkongsian idea, ideologi, dan propaganda (Waters dan rakan-rakan, 2009) dapat disebarkan melalui penggunaan internet (Hamisah & Samsudin, 2008).

Seiring dengan perkembangan internet ini, semua urusan harian boleh diselesaikan hanya di hujung jari sekali gus menjadi satu *trend* yang diterima oleh semua tanpa mengira status, peringkat umur, jantina, taraf pendidikan dan latar belakang (Ali Salman dan rakan-rakan ; Foregger, 2008). Perkembangan laman sosial seperti Friendster, MySpace dan Facebook menampakkan sambutan yang menggalakkan dalam kalangan masyarakat (Acquisti & Gross, 2006). Sejak enam tahun lalu, setiap lapisan masyarakat termasuk golongan kanak-kanak, remaja, orang dewasa mahupun warga emas, ahli-ahli politik dan selebriti tidak ketinggalan mengikuti arus kemajuan teknologi maklumat yang menjadi *trend* pada masa ini.

Perkembangan laman jaringan sosial menghasilkan fenomena sosial baru yang mempengaruhi banyak bidang kehidupan individu. Kini perhubungan dengan keluarga, teman atau kerabat dari serata pelosok dunia dapat dilakukan dengan mudah dan pantas hanya melalui mesej bertulis dan komunikasi suara (Buffardi, 2008). Secara tidak langsung, laman jaringan sosial ini memudahkan urusan dan kerja berkumpulan yang boleh dilakukan di mana sahaja. Jenis interaksi ini secara tidak langsung dan langsung dibina menerusi komuniti siber.

Kajian ini adalah untuk melihat bagaimana jaringan sosial Facebook boleh digunakan untuk menyampaikan mesej alam sekitar oleh Badan Bukan Kerajaan Alam Sekitar (ENGO) di Malaysia kepada masyarakat umum. Persoalannya, adakah laman jaringan sosial Facebook ini mampu menjadi perantara bagi ENGO dalam menyampaikan mesej alam sekitar terhadap masyarakat? Dalam organisasi ENGO yang kebanyakannya memperjuangkan kepentingan pemeliharaan dan pemuliharaan alam sekitar, penggunaan medium laman jaringan sosial Facebook adalah amat efisien bagi membantu mereka menyampaikan mesej dan maklumat alam sekitar kepada masyarakat. Penggunaan Facebook sebagai perantara bakal menggundang pelbagai maklumat seperti aktiviti dan kempen kesedaran yang dapat disalurkan kepada masyarakat dengan lebih mudah melalui aplikasinya yang disediakan dalam laman berkenaan.

## **OBJEKTIF KAJIAN**

Secara umumnya kajian ini bertujuan untuk mengetahui pendekatan yang digunakan oleh ENGO dalam mengumpul dan menyebarkan maklumat berkaitan alam sekitar. Secara spesifik kajian ini ingin mengenal pasti:

1. Pendekatan yang digunakan ENGO dalam mengumpul dan menyebarkan maklumat.
2. Keberkesanan komunikasi dua hala dengan khalayak sasaran melalui penggunaan Facebook.
3. Tahap penggunaan Facebook dalam membantu ENGO untuk menyampaikan isu alam sekitar.

## **METODOLOGI**

Kajian ini menggunakan kaedah kualitatif iaitu melalui wawancara mendalam (*in-depth interview*). Seramai 10 Badan Bukan Kerajaan Alam Sekitar (ENGO) dipilih menjadi responden dari 21 ENGO yang sedia ada di Malaysia. Persampelan responden dilakukan dengan melakukan pemilihan responden yang sememangnya telah mempunyai akaun Facebook dan menggunakan perkhidmatan tersebut bagi urusan berinteraksi dengan publik tanpa mengambil kira jangka masa ia telah dipraktikkan dalam organisasinya. Maklumat berkaitan diperoleh dengan menghubungi setiap ENGO berkenaan bagi mendapatkan pengesahan sama ada menggunakan Facebook ataupun tidak bagi organisasi mereka. Daripada maklumat itu, hanya 10 ENGO yang menggunakan laman jaringan sosial Facebook untuk tujuan menyampaikan maklumat berkaitan alam sekitar. Bagi kajian ini penyelidik menemubual pengendali laman jaringan sosial Facebook bagi setiap organisasi terbabit merangkumi pegawai di bahagian komunikasi seperti Pegawai dan Pegawai Kanan Komunikasi di samping pentadbir khas yang dilantik organisasi, koordinator projek mahupun Pengarah eksekutif dan Penolong penyelaras projek, terpujang kepada organisasi ENGO masing-masing bagaimana pengendalian itu dilakukan. Kajian ini juga melihat penggunaan laman jaringan sosial Facebook sejak tahun 2009 sehingga penghujung 2010. Terdapat empat organisasi ENGO yang mula menggunakan laman jaringan sosial Facebook mulai tahun 2009 iaitu *Global Environment Centre (GEC)*, *World Wide Fund for Nature Malaysia (WWFM)*, *Water Watch Penang (WWP)* dan *Malaysian Society of Marine Science (MSMS)*. Manakala, enam organisasi ENGO lagi baru menggunakan laman jaringan sosial Facebook dalam organisasi mereka pada 2010.

Soalan kajian terbahagi kepada dua bahagian iaitu Bahagian A dan bahagian B. Bahagian A iaitu Bahagian Pengenalan hanya memuatkan satu soalan utama disamping enam pecahan soalan kecil yang berkisar tentang latar belakang penubuhan Facebook bagi setiap organisasi ENGO yang dikaji. Manakala, Bahagian B iaitu Bahagian Penerangan pula mempunyai tiga soalan utama termasuk pendekatan yang digunakan dalam proses pengumpulan dan penyebaran maklumat khusus yang menjadi fokus kepada organisasi, hubungan komunikasi antara organisasi dengan publik dan soalan terakhir berkaitan tahap penggunaan laman jaringan sosial Facebook oleh ENGO dalam menyampaikan mesej alam sekitar.

## **KAJIAN LITERATUR**

Facebook adalah sebuah laman sistem jaringan sosial maya yang paling popular (alexa.com) buat masa ini di seluruh dunia, mengatasi laman-laman web yang sejenis dengannya seperti Myspace, Friendster, Tagged, 'Hi5' dan lain-lain.

Jumlah pengguna Facebook meningkat dari 21 juta (Geist, 2007; Buffardi dan Campbell, 2008) dan kian bertambah sebanyak 100 000 pengguna setiap minggu (Geist, 2007). Sehingga kini, pengguna Facebook seluruh dunia menjangkau 500 juta pengguna aktif (Pingdom, 2010 ; Facebook.com, 2010). Menurut Cardon (2009), terdapat sembilan laman jaringan sosial yang mempunyai lebih dari 50 juta ahli berdaftar dan sejak November 2008, hampir 50 laman jaringan sosial mempunyai lebih daripada satu juta pengguna berdaftar. Sembilan laman jaringan sosial yang mempunyai ahli berdaftar melebihi 50 juta itu, termasuklah Facebook (124 000 000), Windows Live Spaces (120 000 000), MySpace (110 000 000), Habbo (100 000 000), hi5 (80 000 000), Friendster (80 000 000), Orkut (67 000 000 ), Flixter (63 000 000), dan Classmates.com (50 000 000). Jumlah ahli yang berdaftar menunjukkan bahawa Facebook berada pada tempat pertama dalam senarai.

Menurut Persatuan Digital Malaysia (MDA), laman jaringan sosial Facebook adalah laman web paling popular di Malaysia pada Oktober 2010 dengan lebih lapan juta rakyat Malaysia menggunakannya dalam sebulan (Berita Harian, 18.11.2010). Malaysia juga berada pada kedudukan ke-11 dalam carta bagi 20 negara paling aktif menggunakan Facebook dengan 12 juta pengguna sebulan (Pingdom, 2010).



Rajah 1: Malaysia berada pada kedudukan ke-11 dalam senarai 20 negara paling popular menggunakan Facebook bagi Ogos 2010. (Sumber: di adaptasi dari [www.pingdom.com](http://www.pingdom.com)).

Oleh itu, pertukaran dan perkongsian maklumat melalui laman jaringan sosial sangat penting untuk digunakan oleh NGO dalam menyampaikan maklumat kepada masyarakat umum. Berdasarkan kajian lampau (Chronicle

of Philanthropy, 2008, 2009; Kanter, 2007; Mattson dan Barnes, 2007; Waters, Burnett, Lamm dan Lucas, 2009), kebanyakan NGO menggunakan laman jaringan sosial seperti blog dan Facebook bagi menyalurkan maklumat berkaitan aktiviti, publisiti dan penjanaan dana (Hovey, 2010). Oleh itu, laman media sosial agak ideal kepada organisasi yang tidak mementingkan keuntungan yang terhad dari segi masa dan sumber (Waters, 2009; Hovey, 2010).

Antara aplikasi Facebook yang sering digunakan adalah seperti foto, video, kumpulan, acara, pasaran, kiriman, catatan dan hadiah dalam Facebook berbeza dengan laman jaringan sosial lain (Tony H., 2010). Salah satu keunikan yang terdapat pada Facebook yang tidak terdapat pada sistem jaringan sosial maya yang lain adalah kebolehan untuk setiap pengguna Facebook untuk membuat aplikasi atau kuiz mereka sendiri dan disebarkan di dalam Facebook. Sementara itu, Carrera dan rakan-rakan (2008) pula menyatakan Facebook membolehkan pengguna menggunakan papan mesej (*message board*) dan dinding perbincangan (*discussion wall*) untuk mengirinkan pengumuman dan pertanyaan soalan (Waters dan rakan-rakan, 2009).

Sehubungan dengan itu, kajian untuk melihat penggunaan Facebook dalam kalangan ENGO adalah penting kerana masalah alam sekitar yang semakin meruncing dewasa ini. ENGO boleh memanfaatkan penggunaan Facebook dengan penyediaan pengisian input yang menarik dan bermanfaat kepada masyarakat siber ini. Penemuan terbaru menunjukkan Facebook menyediakan pelbagai kemudahan kepada organisasi dalam menyampaikan maklumat dan berinteraksi dengan publik. Ward (2011) menyatakan Facebook menyediakan kawalan kempen (*campaign monitor*) yang membolehkan organisasi berinteraksi dengan publik secara langsung (*real time*) dalam berkongsi minat dan meningkatkan pendekatan dengan pertambahan penyertaan pengguna di laman sosial berkenaan.

Kajian ini juga melihat bagaimana ENGO memanfaatkan penggunaan Facebook dengan mengambil kira Teori Komunikasi Dialogik yang diperkenalkan oleh Martin Buber seorang ahli Falsafah terkemuka dunia (Society of New Communication Research, 2007). Menurut Buber, komunikasi manusia sebagai satu proses intersubjektif dalam kalangan publik dengan setiap pihak tampil mewujudkan perhubungan secara terbuka dan rasa hormat terhadap pihak lain (Kent dan Taylor, 1998). Teori Buber mengesahkan bahawa kewujudan laman jaringan sosial penting dalam membantu meningkatkan tahap kesedaran dan pemahaman masyarakat tentang sesuatu produk dan perkhidmatan yang disediakan mereka. Teori ini digunakan dalam kajian sebagai pendekatan untuk melihat bagaimana ENGO menghebahkan maklumat kepada publik. Ini kerana Teori Komunikasi Dialogik melihat perhubungan berdasarkan lima prinsip iaitu lingkungan dialogik, maklumat bermanfaat, kunjungan pelawat yang berulang, kemudahan bersemuka dan cara mengekalkan pelawat demi kepentingan mewujudkan interaksi secara berkesan (McAllister-Spooner, 2009).

## **DAPATAN KAJIAN**

### **1. Untuk mengetahui pendekatan yang digunakan oleh ENGO dalam mengumpul dan menyebarkan maklumat.**

Dapatan kajian menunjukkan dari 10 organisasi ENGO yang menggunakan laman jaringan sosial, lima menggunakan laman jaringan sosial bagi tujuan untuk menyebarkan dan menyampaikan maklumat berkaitan perjuangan organisasi masing-masing untuk pengetahuan publik iaitu *Malaysian Nature Society (MNS)*, *Socio-Economic and Environmental Research Institute (SERI)*, *TRAFFIC Southeast Asia (TSEA)*, *Global Environment Centre (GEC)* dan *Water Watch Penang (WWP)*. Tiga dari ENGO alam sekitar seperti *Malaysian Karst Society (MKS)*, *Environmental Protection Society Malaysia (EPSM)* dan *Centre for Environment, Technology and Development Malaysia (CETDEM)* pula membuka akaun Facebook untuk berkongsi gambar, aktiviti dan berita berkaitan organisasi disamping berkomunikasi dengan publik bagi menarik minat pengguna bagi menyokong usaha organisasi. Manakala baki dua ENGO alam sekitar iaitu, *World Wide Fund for Nature Malaysia (WWFM)* dan *Malaysian Society of Marine Science (MSMS)* memilih menggunakan laman jaringan sosial Facebook untuk memupuk kesedaran terhadap kepentingan menjaga alam sekitar dalam kalangan publik.

Keahlian yang menyukai Facebook bagi setiap organisasi ENGO adalah antara 100 hingga melebihi 30 000 orang, kecuali MKS sahaja yang bilangan ahlinya hanya 27 orang. Bilangan ahli ini tepat memandangkan penyelidik melihat bukti berdasarkan jumlah pelawat yang tertera pada laman jaringan sosial ENGO yang ditemuduga, pada masa yang sama jumlah ini juga dimaklumkan oleh responden pada sesi wawancara dijalankan dan penyelidik yakin terdapat pertambahan keahlian dari semasa ke semasa walaupun dalam jumlah yang sedikit. Bilangan keahlian yang menyukai laman jaringan sosial Facebook ini penting kerana ia membuktikan jumlah pelawat dan ahli yang berinteraksi menggunakan laman jaringan sosial. Sila lihat jadual 1:

**Jadual 1: Senarai ahli yang menyukai Facebook setiap ENGO sehingga 17 Februari 2011.**

<b>Bil</b>	<b>ENGO</b>	<b>Jumlah Ahli (Orang)</b>
1	WWFM	31 819
2	MNS	2 324
3	MSMS	603
4	GEC	435
5	WWP	221
6	CETDEM	200
7	SERI	192
8	EPSM	184
9	TSEA	180
10	MKS	27

**i. Pilihan Isu dan Cara Pemilihannya**

Berdasarkan kajian yang dijalankan, setiap organisasi ENGO mengambil pendekatan mengumpul dan menyebarkan maklumat berdasarkan fokus yang diperjuangkan oleh organisasi masing-masing. Responden menjelaskan bahawa proses pemilihan isu bagi setiap organisasi ENGO dibuat berdasarkan beberapa kaedah tertentu seperti perbincangan atau keputusan pengendali akaun Facebook organisasi (MKS, WWP, EPSM, GEC, TSEA, SERI, dan CETDEM), penelitian terhadap kerja kajian (MNS dan MSMS) dan berdasarkan pendapat publik (WWFM). Idea pemilihan isu kebiasaannya diperoleh berdasarkan isu semasa (GEC, MKS, MNS, CETDEM, EPSM, TSEA, dan WWP) selain hasil interaksi dengan publik ketika mengadakan pelbagai aktiviti seperti seminar, ceramah, bengkel dan sebagainya (WWFM dan MSMS). Berbeza dengan organisasi ENGO lain, SERI memilih isu berdasarkan penyelidikan yang dijalankan mereka untuk dibincangkan.

Seterusnya, berdasarkan soalan mengapa isu berkenaan dipilih oleh setiap organisasi ENGO untuk dimuatkan ke dalam laman jaringan sosial Facebook, kebanyakan responden menyatakan ia disebabkan isu semasa sering menarik perhatian publik dan lebih senang dibincangkan (MKS, CETDEM, TSEA dan MSMS), mempunyai kaitan dengan visi, misi dan kekuatan organisasi (MNS, SERI) serta kepakaran dalam bidang berkaitan yang dipilih (WWFM). Tambahan pula, isu semasa berkaitan alam sekitar itu bukanlah suatu masalah yang baru (GEC). Bagi WWP dan EPSM pula, mereka lebih memilih untuk memperkatakan isu berkaitan alam



sekitar seperti air dan kawasan perbandaran kerana ianya penting untuk diketahui oleh publik, tetapi publik tidak mengendakkannya. Petikan di bawah menunjukkan jawapan yang diberikan responden.

WWP: *“Because water is an important issue and not many people concern about that”.*

EPSM: *“Because most of the populations are concentrated in urban areas. It’s important urban people to practice a sustainable lifestyle in their living habit”.*

**ii. Kaedah penyebaran maklumat**

Dapatan kajian menunjukkan keseluruhan organisasi ENGO menggunakan kaedah penyampaian maklumat melalui bahan bercetak seperti penerbitan majalah, risalah, brosur dan surat berita. Selain itu, mereka turut menggunakan media elektronik seperti televisyen, radio dan internet (laman web, Facebook) dalam menghebahkan maklumat kepada publik. ENGO juga memilih untuk ‘turun padang’ dengan mengadakan aktiviti kemasyarakatan menerusi penganjuran bengkel dan ceramah. Setiap kaedah yang digunakan organisasi ENGO dalam menyebarkan maklumat kepada publik dapat dijelaskan seperti dalam jadual di bawah:

**Jadual 2: Kaedah yang digunakan organisasi ENGO dalam menyampaikan maklumat sebelum menggunakan kemudahan Facebook.**

<b>ENGO</b>	<b>Alat Sebaran Maklumat</b>
WWFM	Newsletter (surat berita), bengkel, media massa, ucapan
MNS	Wawancara, bahan bercetak, bengkel, surat khabar, radio, televisyen, laman web
MSMS	Ceramah, seminar, laman web
GEC	Laman web, bahan bercetak, ceramah
WWP	Kempen, risalah, program pendidikan
CETDEM	Pelaksanaan aktiviti, bahan bercetak
SERI	Majalah bulanan, buku dan laporan
EPSM	Bengkel, persidangan, seminar, penerbitan
TSEA	Ceramah, bengkel, bahan bercetak, akhbar, radio, televisyen dan laman web
MKS	Newsletter (surat berita), laman web, e-mel, SMS

Kebanyakan responden menyatakan bahawa tiada perubahan yang ketara

berhubung keupayaan menyampaikan maklumat melalui laman jaringan sosial Facebook berbanding penggunaan medium tradisional yang digunakan sebelum ini. Sejumlah besar responden seperti TSEA, GEC, MKS, WWP, MSMS dan CETDEM menyatakan penggunaan laman jaringan sosial Facebook dalam menyebarkan maklumat masih kurang memberangsangkan dengan penggunaanya yang terhad kerana mereka masih lagi menggunakan medium tradisional dalam masa yang sama. Dapatan kajian menunjukkan bahawa melalui penggunaan laman jaringan sosial Facebook, lebih ramai golongan publik yang boleh didekati dan aktiviti penyampaian maklumat dapat dilaksanakan kepada mereka.

Walau bagaimanapun, responden memaklumkan mereka tetap perlu mengambil kira faktor keupayaan mengakses memandangkan tidak semua orang mempunyai akaun Facebook. Dapatan kajian ini juga menunjukkan penggunaan Facebook memberi kelebihan kepada organisasi ENGO kerana mereka berpeluang mendekati golongan muda atau remaja. Di bawah adalah antara jawapan yang diberikan responden.

*TSEA : “Dari segi keupayaan atau kemampuan pihak TRAFFIC-TSEA dalam menyampaikan maklumat kepada public sebelum dan selepas menggunakan Facebook ... Sebelum, agak baik. Selepas, keupayaan tidak banyak berubah. Yang berubah ialah jenis audience yang tertarik dengan maklumat...lebih orang muda”.*

*WWFM : “WWF-Malaysia has always had a wide reach as we utilize all available channels. Facebook has revolutionised communications, making it more interactive and having a very direct and wide reach. This has impacted not only NGOs but all industries”.*

### **iii. Kekerapan, Perhatian dan Tumpuan Organisasi**

Soalan ini meminta responden untuk menyatakan tentang perkembangan dari segi kekerapan, perhatian dan tumpuan organisasi ENGO dalam memperkatakan tentang isu alam sekitar selepas laman jaringan sosial diwujudkan dalam organisasi yang dikaji. Berdasarkan penelitian yang dibuat terhadap jawapan responden, didapati mereka memberikan dua jawapan iaitu bertambah dan sama (tidak berubah) dalam membincangkan isu berkaitan alam sekitar melalui akaun laman jaringan sosial Facebook yang didaftarkan itu berbanding sebelum penggunaan medium baru ini.

Kebanyakan organisasi ENGO seperti WWP, WWFM, MNS, SERI, GEC dan TSEA mengatakan kekerapan perbincangan tentang isu alam sekitar semakin bertambah dengan wujudnya laman jaringan sosial Facebook dalam organisasi mereka. Keadaan tersebut sekali gus menyebabkan tumpuan mereka kepada Facebook juga semakin meningkat kerana

perlu menguruskan laman jaringan sosial Facebook organisasi seperti mengemaskini kiriman, kongsi video, gambar dan sebagainya. Sementara itu, organisasi ENGO seperti EPSM, CETDEM, MKS dan MSMS pula menjelaskan kekerapan mereka menyentuh tentang isu alam sekitar masih sama iaitu tiada perubahan ketara seperti sebelum menggunakan laman jaringan sosial Facebook.

Isu alam sekitar diberi perhatian berdasarkan beberapa cara iaitu seperti melalui penyelidikan (WWFM dan SERI), pendedahan maklumat terhadap isu semasa (EPSM, CETDEM dan WWP), menyertai pameran, bengkel atau aktiviti mendekati publik (TSEA dan MSMS) di samping melalui perbincangan atau mesyuarat dengan ahli dan jawatankuasa eksekutif (MKS). Seterusnya, isu alam sekitar juga diberi perhatian berdasarkan liputan media (MNS). Namun, GEC tidak mendedahkan kaedah yang digunakan organisasi mereka. Tumpuan organisasi dalam membincangkan isu alam sekitar masing-masing menunjukkan ianya dilakukan berdasarkan apa yang diperjuangkan oleh organisasi ENGO berkenaan yang sememangnya mempunyai saling perkaitan dengan alam sekitar seperti pemuliharaan haiwan, sungai, hutan, gua dan sebagainya.

#### **iv. Maklum Balas Terhadap Laman Jaringan Sosial Facebook**

Setiap responden mendakwa maklum balas yang diberikan oleh publik terhadap laman jaringan sosial mereka adalah terbatas. Kebanyakan publik dikatakan kurang menerapkan amalan perkongsian maklumat dengan organisasi ENGO dalam meningkatkan kesedaran tentang sesuatu isu yang dibincangkan. Sebagai contoh, respon publik kepada MKS sememangnya terbatas kerana penggunaan Facebook dalam organisasi MKS hanya terhad kepada keahlian tertentu berikutan status lamannya ditetapkan tertutup atau *private*. Tambahan pula, keahlian MKS hanya dikhususkan kepada mereka yang sememangnya amat berminat terhadap aktiviti pemuliharaan gua dan gua batu kapur sahaja. Selain itu, pengguna Facebook yang mewakili publik itu hanya bertindak untuk menyukai (*like*) status yang dikemaskini oleh organisasi ENGO. Walau bagaimanapun, menurut responden EPSM, GEC, SERI, WWP dan MNS didapati ada pelawat yang memberikan respon dengan membalas di ruangan komen tetapi kekerapannya adalah amat jarang dan bergantung kepada isu yang dikirimkan di dinding laman. Sebagai contoh, petikan di bawah dapat menjelaskan tentang situasi berkenaan.

*WWP: "Most of them will 'like' the issue or comment post, but seldom post their own opinion... members get the information faster and response sometimes, instead of not response at all".*

MSMS menyatakan pihaknya masih belum membuka sesi perbincangan di Facebook organisasi mereka. Oleh itu, jelas menunjukkan tidak wujud

maklum balas yang diterima daripada publik bagi MSMS.

MSMS : *“setakat ini kami belum lagi menggunakan group facebook kami untuk membincangkan sesuatu isu tetapi lebih kepada menyebarkan berita seperti peluang pekerjaan atau sukarela, isu marin yang keluar dalam berita, ceramah, bengkel dan sebagainya. Melalui facebook kami dapat menghubungi lebih ramai lagi peminat alam lautan dan ahli kami datang dari seluruh pelosok dunia”.*

## **2. Mengenal pasti keberkesanan komunikasi dua hala dengan khalayak sasaran melalui penggunaan Facebook.**

### **i. Hubungan Komunikasi antara ENGO dan Publik**

Bagi soalan berkaitan bagaimana organisasi membina hubungan dengan publik, kebanyakan responden menjelaskan bahawa ENGO sentiasa aktif berinteraksi dengan publik dalam memaklumkan setiap aktiviti yang dijalankan melalui penggunaan Facebook. Jawapan yang diberikan responden ini menunjukkan hubungan komunikasi antara ENGO dan publik adalah baik. Walaupun begitu, WWP dan TSEA memaklumkan bahawa terdapat sesetengah aktiviti tidak dibuka kepada publik terutamanya bagi perkara melibatkan penyelidikan organisasi yang dijalankan sendiri oleh pihaknya.

Dapatan kajian menunjukkan kebanyakan organisasi ENGO mengambil pendekatan berkongsi isu semasa dan aktiviti organisasi (EPSM dan GEC), meluaskan perhubungan melalui aplikasi Facebook (WWFM), mengirimitkan sesuatu maklumat yang menarik dan terkini (WWP, CETDEM dan MSMS) memperbanyakkan perkongsian gambar dan artikel (TSEA dan MNS) dalam mengekalkan pelawat yang mengunjungi Facebook organisasi mereka. Namun, berbeza dengan SERI dan MKS yang tidak ambil kisah dalam soal mengekalkan pelawat, tetapi akan cuba untuk memperbaikinya pada masa akan datang. Petikan di bawah menunjukkan dua jawapan yang berbeza tentang pendekatan yang digunakan oleh organisasi dalam mengekalkan pelawat ke laman jaringan sosial Facebook mereka.

GEC: *“By keeping them updated with the latest and fun information related to environment”.*

MKS: *“At the moment no particular effort. Can be improved”.*

Apabila ditanya sama ada wujud hubungan bersemuka dalam organisasi ENGO dan apakah kepentingannya kepada publik, dapatan kajian menunjukkan kebanyakan responden memberikan jawapan tidak wujud (EPSM, WWP, TSEA, SERI dan MKS). Empat organisasi ENGO iaitu

MNS, WWF, GEC dan MSMS) ada mewujudkan hubungan bersemuka dengan publik selain menggunakan laman jaringan Facebook biarpun jarang-jarang dilakukan. CETDEM pula tidak memberikan maklumbalas tentang persoalan ini. Sebagai contoh, GEC menyatakan mereka mewujudkan hubungan bersemuka agar perhubungan dengan publik menjadi lebih rapat. Begitu juga dengan organisasi MNS yang menyokong bahawa hubungan bersemuka amat penting, tetapi kerana kekangan waktu dan acara yang terbatas, mereka hanya berpeluang bersemuka dengan publik antara empat hingga enam kali sahaja dalam setahun. Walaupun separuh daripada responden memaklumkan organisasi mereka tidak mengamalkan hubungan bersemuka dengan publik pada masa sekarang, mereka menyatakan pada hakikatnya hubungan bersemuka itu penting dalam berkomunikasi dengan publik.

Berkaitan kewujudan maklum balas tentang sesuatu mesej alam sekitar yang disampaikan, dapatan kajian menunjukkan bahawa kesemua ENGO mengambil berat terhadap maklum balas yang diterima daripada publik biarpun kewujudannya tidak banyak dan kadang-kadang sahaja. Sebagai contoh, dapatan daripada MSMS menyatakan mereka akan sentiasa memberikan maklum balas terhadap segala persoalan yang dikemukakan oleh publik disamping berusaha memberikan jawapan yang tepat dan memuaskan pengguna. EPSM pula menyatakan mereka akan berhubung terus dengan publik terpulang kepada komen yang diberikan dan sekiranya perlu maklum balas akan diberikan melalui mel-e peribadi. Merujuk kepada tindakan yang diambil terhadap maklum balas yang diterima daripada publik pula menunjukkan isu tersebut akan diteliti dan diberikan maklum balas secara terus kepada individu berkenaan mahupun dikirimitkan ke dinding Facebook untuk dikongsi bersama publik keseluruhannya.

## **ii. Masalah Berkomunikasi**

Berdasarkan kenyataan responden, dapatan menunjukkan pengendali akaun laman jaringan sosial Facebook organisasi ENGO yang dikaji kadangkala berhadapan dengan masalah dalam berkomunikasi dengan publik bagi menjawab tentang persoalan berkaitan isu alam sekitar yang dikemukakan melalui e-mel, mesej di peti masuk, laman sembang atau sebagainya. Majoriti organisasi ENGO iaitu WWFM, CETDEM, WWP, MNS, SERI, MKS dan EPSM tidak berhadapan dengan masalah untuk menjawab sebarang pertanyaan daripada publik. Bahkan, mereka akan membalas setiap permasalahan yang dikemukakan publik. Dapatan kajian juga menunjukkan terdapat publik yang bersifat agresif dan berat sebelah ketika memberi maklum balas menerusi kemudahan laman jaringan sosial Facebook sehingga mendatangkan masalah kepada pengendali Facebook bagi pihak sesebuah organisasi (GEC). TSEA pula memaklumkan mereka terpaksa bertindak mengalihkan komen ke tempat lain atau memberi

balasan komen tersebut menerusi mel-e apabila berdepan dengan publik yang terlalu emosional terhadap sesuatu isu yang dibincangkan. MSMS pula tidak menghadapi masalah kerana tidak pernah melaksanakan perbincangan dengan publik.

**3. Bagaimana penggunaan Facebook dapat membantu ENGO dalam menyampaikan mesej alam sekitar.**

Dapatan kajian menunjukkan bahawa laman jaringan sosial Facebook amat berguna kepada ENGO bagi tujuan menyampaikan mesej alam sekitar. Hampir keseluruhan responden menyatakan Facebook memudahkan ENGO menyampaikan maklumat alam sekitar kepada publik (EPSM, TSEA, SERI, WWP, WWFM, GEC dan MNS). MKS pula menyatakan penggunaan Facebook ini boleh diperluaskan lagi dan CETDEM pula menyatakan Facebook adalah lebih mesra pengguna untuk memberi dan menyampaikan maklumat kepada publik kerana bersifat 'riang ria'. MSMS mendakwa pihaknya masih belum menggunakan ruangan perbincangan di Facebook untuk menyatakan pendapat berkaitan isu alam sekitar, tetapi percaya bahawa penggunaan Facebook dapat membantu ENGO menarik publik yang tidak biasa dengan sesuatu isu tertentu bagi berbincang secara tidak formal berasaskan sifat laman jaringan sosial Facebook yang mesra pengguna. Sebagai contoh, kenyataan daripada MSMS dipetik seperti di bawah:

*MSMS: "buat setakat ini group facebook kami berfungsi lebih sebagai satu 'message board' bagi semua orang menyampaikan maklumat dan berita berkaitan alam marin. Bagi pendapat saya facebook berkesan membuatkan msms lebih dikenali kerana ia membolehkan kami ada satu tempat di internet untuk berkomunikasi dengan peminat (setakat ini kami belum mempunyai satu laman web sendiri). kami juga ada 600 lebih ahli dan ini jauh lebih banyak dari ahli berdaftar kami (biasanya lebih kurang 100)".*

Seterusnya, dapatan kajian berkaitan perancangan atau pembaharuan yang dibuat oleh organisasi ENGO dalam meningkatkan penyampaian mesej alam sekitar kepada publik menunjukkan organisasi ENGO seperti WWFM dan MNS menyatakan mereka akan sentiasa mengemaskini laman jaringan sosial Facebook organisasi mereka berbeza dengan WWP dan CETDEM yang merancang untuk mengirimkan lebih banyak maklumat tentang aktiviti dan gambar bagi menarik publik mengunjungi Facebook mereka. Bagi TSEA pula, pihaknya telah melakukan pembaharuan dengan menjalankan kempen pendidikan dan kesedaran melalui penggunaan laman jaringan sosial Facebook dan EPSM pula berusaha untuk menarik lebih ramai golongan remaja menyertainya. Sementara itu, GEC pula merancang untuk memuatkan pautan (*link*) atau

artikel surat khabar berkaitan alam sekitar di laman Facebooknya dan MSMS pula bercadang untuk meluaskan rangkaianannya mengumpul lebih ramai peminat alam marin. Manakala, MKS dan SERI pula masih belum membuat sebarang perancangan bagi hal berkenaan. Organisasi ENGO seperti EPSM dan MSMS ingin meningkatkan lagi penyertaan generasi muda untuk menyertai Facebook mereka dengan tujuan mendekatkan golongan berkenaan dengan alam sekitar.

Seterusnya, secara keseluruhannya penyelidikan ini menunjukkan 70 peratus daripada responden yang bersetuju bahawa tahap penggunaan Facebook berkesan kepada ENGO sebagai medium penyebaran dan penyampaian maklumat tentang pemeliharaan dan pemuliharaan alam sekitar. Dipetik kata-kata dari MNS seperti di bawah bagi menunjukkan penggunaan Facebook berkesan untuk menyebarkan dan menyampaikan maklumat tentang pemeliharaan dan pemuliharaan alam sekitar bagi organisasi ENGO.

*MNS: "Ya, amat berkesan kerana banyak ahli MNS yang menggunakan Facebook dan proses penerimaan maklumat tentang pemeliharaan dan pemuliharaan alam sekitar amat memberangsangkan dan secara tidak langsung, mereka yang bukan ahli juga boleh melihat aktiviti-aktiviti kami".*

Bagi organisasi ENGO yang tidak bersetuju itu pula, dinyatakan mereka belum dapat memastikan tahap keberkesanan daripada penggunaan Facebook berkenaan memandangkan tempoh penggunaannya yang masih baru, jadi tidak dapat untuk menilainya dari segi keberkesanan untuk menyebarkan dan menyampaikan maklumat berhubung isu alam sekitar.

## **PERBINCANGAN HASIL KAJIAN**

### **1. Mengetahui pendekatan yang digunakan ENGO dalam mengumpul dan menyebarkan maklumat khusus.**

Secara keseluruhannya pendekatan yang digunakan oleh organisasi ENGO dalam mengumpul dan menyebarkan maklumat adalah melalui dua kaedah iaitu pendekatan secara tradisional dan pendekatan baru melalui penggunaan laman jaringan sosial Facebook. ENGO sememangnya telah melakukan satu anjakan paradigma apabila memilih untuk menggunakan media baru seperti laman jaringan sosial Facebook ini dalam organisasi mereka. Namun ia masih perlu dipertingkatkan kerana ada sebahagian ENGO yang masih mempraktikkan medium tradisional seperti mengedarkan bahan bercetak seperti majalah bulanan, brosur, risalah dan sebagainya dari menggunakan Facebook. Keadaan ini menunjukkan bahawa penggunaan laman jaringan sosial Facebook masih belum digunakan secara menyeluruh oleh organisasi ENGO terbabit.

Organisasi ENGO secara keseluruhan menggunakan laman jaringan

sosial Facebook hanya kerana perkembangan pesat laman berkenaan di seluruh dunia sahaja, tetapi tidak untuk dimanfaatkan sepenuhnya bagi menyebarkan maklumat berkaitan alam sekitar kepada publik. Ini kerana ENGO beranggapan tiada perubahan yang ketara tentang keupayaan menyampaikan maklumat melalui laman jaringan sosial Facebook berbanding medium tradisional yang telah diguna pakai. Ini terjadi kerana ENGO sendiri tidak aktif dalam menggunakan Facebook bagi manfaat bersama antara organisasi dengan publik. Oleh itu, hal ini jelas menampakkan proses mewujudkan sesuatu isu melalui penggunaan medium baru (laman jaringan sosial Facebook) dan medium tradisional (ceramah, bengkel, bahan bercetak dan sebagainya) masih digunakan dalam proses mewujudkan sesuatu isu oleh organisasi ENGO di samping digunakan untuk menghebahkannya kepada publik.

## **2. Menenal pasti keberkesanan komunikasi dua hala dengan khalayak sasaran melalui penggunaan Facebook.**

Daripada kajian yang dijalankan dapat dirumuskan bahawa keberkesanan komunikasi dua hala dengan khalayak sasaran, iaitu organisasi ENGO dan publik melalui laman jaringan sosial Facebook dinilai berdasarkan kesediaan publik untuk berinteraksi dan memberikan maklum balas terhadap sebarang maklumat berhubung sesuatu isu kepada pengendali Facebook bagi organisasi masing-masing. Selain itu, keberkesanan komunikasi dua hala ini juga dilihat melalui keupayaan organisasi ENGO dalam menyebarkan maklumat kepada publik di samping kebolehan menangani segala permasalahan yang dikemukakan publik bagi mendapatkan penjelasan secara lebih terperinci tentang sesuatu isu di bawah bidang kuasa organisasi berkenaan.

Dalam komunikasi dua hala ENGO memberikan sebarang maklum balas yang diterima oleh publik melalui pelbagai aplikasi laman jaringan sosial Facebook seperti laman sembang, mesej di peti masuk, ruangan perbincangan mahupun kiriman ke dinding Facebook akan menjadi lebih berkesan apabila pihak penerima (iaitu organisasi ENGO) berusaha menjawab sedaya upaya persoalan yang dikemukakan. Dapatan kajian menunjukkan hampir keseluruhan ENGO mewujudkan hubungan komunikasi dua hala yang baik dengan publik, melalui kesediaan dan kesanggupan memberikan maklum balas dan interaksi hubungan bersemuka setiap kali menjalankan aktiviti luar yang melibatkan penyertaan daripada publik.

## **3. Mengetahui tahap penggunaan Facebook dalam membantu ENGO untuk menyampaikan isu alam sekitar.**

Facebook dikatakan dapat menjadi salah satu medium yang berkesan untuk menyebar dan menyampaikan maklumat berhubung alam sekitar kepada publik. ENGO percaya bahawa penggunaan laman jaringan sosial Facebook dapat menjadi salah satu medium yang berkesan untuk



menyebarkan dan menyampaikan maklumat alam sekitar kepada publik. ENGO juga didapati menyampaikan mesej alam sekitar kepada publik mengikut kategori seperti pemuliharaan hidupan liar, hutan, tanah, air dan sebagainya yang harus sentiasa dilindungi oleh semua.

ENGO mempunyai tanggungjawab menjalankan peranan mereka dalam mendedahkan publik terhadap isu alam sekitar dalam usaha menyampaikan maklumat sekali gus memupuk kesedaran dalam kalangan pengguna. Walaupun usaha untuk memupuk kesedaran publik terhadap pemeliharaan dan pemuliharaan alam sekitar bukanlah sesuatu yang senang, namun ENGO yang sememangnya memperjuangkan isu alam sekitar ini perlu tampil dengan pelbagai langkah baru, kreatif dan menarik dalam merangka perancangan yang rapi, pelaksanaan aktiviti penuh teliti dan bijaksana untuk merealisasikan hasrat murni menjadikan alam sekitar kekal terpelihara itu tercapai.

### **Hubungan kajian dengan Teori Komunikasi Dialogik**

Kajian ini distrukturkan berdasarkan lima prinsip yang terdapat dalam Teori Komunikasi Dialogik yang diasaskan oleh Martin Burber. Kelima-lima prinsip ini diterapkan ke dalam soalan-soalan kajian yang dihasilkan berpandukan kepada objektif kajian. Teori Komunikasi Dialogik ini dibentuk untuk meramal dan memahami tentang perhubungan antara dua pihak menerusi interaksi komunikasi yang diwujudkan bagi meningkatkan tahap kesedaran tentang kepentingan penjagaan alam sekitar.

Menurut Kent dan Taylor (2010), Teori Komunikasi Dialogik ini dikemukakan berdasarkan lima prinsip iaitu lingkungan dialogik (*the dialogic loop*), maklumat bermanfaat (*the usefulness of information*), kunjungan pelawat yang berulang (*the generation of return visit*), kemudahan bersemuka (*ease of the interface*) dan cara mengekalkan pelawat (*the rule of conservation of visitors*). Dari segi perspektif teori, kelima-lima prinsip ini berkisar tentang dialog iaitu suatu bentuk alat komunikasi interpersonal yang berkesan bagi keuntungan kedua-dua pihak yang saling berinteraksi.

Berdasarkan dapatan yang diperoleh berkaitan maklum balas yang diberikan responden dalam menyatakan cara yang digunakan organisasi untuk menghebahkan maklumat kepada publik ialah melalui pelbagai sumber bercetak, penganjuran bengkel, ceramah dan aktiviti pendidikan. Dalam mengaitkan situasi ini dengan prinsip lingkungan dialogik dalam Teori Komunikasi Dialogik, ia perlu melibatkan perhubungan antara publik dengan organisasi.

Prinsip lingkungan dialogik (*the dialogic loop*) juga dilihat wujud, tetapi ianya kurang bermakna bagi sebahagian organisasi ENGO seperti MSMS dan MKS kerana mereka membataskan perhubungan komunikasi antara organisasi dengan publik walaupun laman jaringan sosial Facebook sebenarnya menyediakan kemudahan untuk memudahkan mereka berinteraksi antara satu sama lain. Kelemahan ini juga menyebabkan prinsip maklumat bermanfaat

tidak dapat disampaikan kepada publik secara menyeluruh. Situasi ini adalah sebagai menjelaskan perkaitan antara objektif kajian kedua iaitu keberkesanan komunikasi dua hala dengan prinsip teori dialogik lingkungan dan maklumat bermanfaat.

Kesediaan kebanyakan organisasi ENGO untuk meningkatkan tahap penggunaan Facebook pada masa akan datang jelas menunjukkan ia bakal memberikan maklumat bermanfaat kepada publik sekali gus memenuhi satu prinsip daripada Teori Komunikasi Dialogik yang diguna pakai dalam kajian ini. Namun, dapat dikatakan bahawa dalam laman jaringan sosial Facebook, keupayaan organisasi menyalurkan sebanyak mungkin maklumat bermanfaat berkaitan agenda organisasi di samping misi dan visi organisasi adalah amat penting.

Seterusnya, sungguhpun organisasi ENGO menggunakan laman jaringan sosial Facebook untuk memudahkan dialog dengan mempraktikkan prinsip kunjungan pelawat yang berulang. Kunjungan pelawat berulang dapat dikaitkan dengan MKS, iaitu satu-satunya organisasi ENGO yang tidak mempunyai banyak ahli kerana status Facebooknya yang direka secara tertutup. Secara tidak langsung, ia juga dapat mengekalkan pelawat kerana kesemua ahli yang menyukai Facebook berkenaan terdiri daripada mereka yang sememangnya mempunyai minat sama terhadap pemuliharaan gua dan gua batu kapur. Oleh demikian, dapatan kajian jelas menyokong hasil kajian terdahulu yang mengatakan prinsip pelawat yang berulang digunakan juga dalam laman web (Taylor dan rakan-rakan, 2001). Walau bagaimanapun, bagi organisasi ENGO lain, dengan memuatkan maklumat terkini dan gambar-gambar menarik adalah satu usaha yang digunakan untuk mengekalkan pelawat ke laman sosial Facebook mereka.

Kemudian, prinsip kemudahan bersemuka juga diterapkan dalam objektif kedua bagi melihat keberkesanan komunikasi dua hala. Kebanyakan organisasi ENGO yang terlibat dalam kajian ini tidak mempraktikkan kemudahan bersemuka menggunakan aplikasi yang terdapat dalam Facebook. Sebaliknya, mereka memanfaatkan kemudahan bersemuka dengan mengadakan perbincangan secara terus dengan publik ketika mengadakan aktiviti luar seperti bengkel dan ceramah.

Sehubungan itu, boleh dijelaskan bahawa prinsip-prinsip yang terkandung dalam Teori Komunikasi Dialogik menepati dengan setiap objektif kajian yang dibincangkan dan perkembangan laman jaringan sosial Facebook dapat digunakan untuk mewujudkan hubungan antara organisasi ENGO dengan publik yang berbeza dari segi latar belakang dan keperluan terhadap sesuatu perkara. Perkembangan teknologi baru seperti laman jaringan sosial Facebook ini dapat mempengaruhi perhubungan antara sesebuah organisasi dengan publik. Seperti yang pernah diperkatakan oleh Kent dan Taylor (2008), teknologi boleh membentuk sesuatu perhubungan. Prinsip-prinsip dalam Teori Komunikasi Dialogik dapat mempengaruhi cara sesebuah organisasi berhubungan dengan

publik dalam memperjuangkan sesuatu isu atau kehendak.

Adalah dicadangkan agar kajian yang akan datang melihat keseluruhan 21 ENGO di Malaysia. Kajian perbezaan penggunaan Facebook bagi ENGO yang telah menggunakannya Facebook berbanding organisasi ENGO yang masih belum menggunakannya Facebook dijangka akan memberi manfaat besar bagi semua.

### **About the authors**

***Jauhariatul Akmal*** is a Master of Communication student (Science and Environmental Journalism) at School of Communication, Universiti Sains Malaysia.

***Dr Jamilah Hj Ahmad*** is an Associate Professor at the same School and is currently researching on Environmental Communication, Public Relations, Corporate Social Responsibility (CSR), Communication & Media Studies, e-Learning and New Media Technology. The authors can be contacted at the following emails: [jauakmal@gmail.com](mailto:jauakmal@gmail.com); [jahmad@usm.my](mailto:jahmad@usm.my).

## **RUJUKAN**

- Acquisti, A., & Gross, R. (2006). Imagined communities: awareness, information sharing, and privacy on the facebook. In: Proceedings of the PET 2006, LNCS, 4258: 36-58.
- Ali Salman, Mohd Y. Abdullah, Mohd Safar Hasim & Latiffah Pawanteh (2010). Sustainability of internet usage: a study among malay youth in Kota Bharu, Kelantan, Malaysia. Universiti Kebangsaan Malaysia Jurnal Komunikasi, *Malaysian Journal of Communication*, 26: 62-72.
- Buffardi, L. E. & Campbell, W. K. (2008). Narcissism and social networking web sites. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 34: 1303-1314.
- Carrera, C. Y., Chiu, P., Pratipwattanawong, S., Chienwattanasuk, S.F.S. Ahmad & Murphy, J. (2008). My Space, My Friends, My Customers. In P. O'connor, W. Hopken and U. Gretzel, (eds.), *Information and Communication Technologies in Tourism 2008*, Springer Verlag Wien, Vienna (2008), 94-105.
- Cardon, P. W. (2009). Online Social Networks. *Business Communication Quarterly*, 72: 96-97.
- Chronicle of Philantropy (2008). Turning online friends into funders [show 1]. Social Good. Online at: <http://philanthropy.com/media/audio/socialgood/>
- Facebook.com. Factsheet. Online at: <http://www.facebook.com/press/info.php?factsheet>. [Accessed 3rd August 2010].
- Facebook.com. Helaian Fakta Facebook. Online at: <http://www.facebook.com/press/info.php?factsheet>. [Accessed on 3rd August 2010].
- Facebook.com. Statistik. Online at: <http://www.facebook.com/press/info.php?factsheet#!/press/info.php?statistics>. [Accessed 3rd August 2010].
- Foregger, S. K. (2008). Uses and Gratifications of Facebook. Com. Dissertation to Michigan State University, Department of Communication.
- Geist, M. (2007). *Facing up to Facebook fears*. BBC News.

- Hamisah Haji Hasan & Prof. Samsudin A. Rahim (2008). Factors affecting online purchasing behavior. *Jurnal Komunikasi, Malaysian Journal of Communication*, Vol 24: 1-19 1.
- Hovey, W. L. (2010). Examining the Role of social media in organization – volunteer relationships. *Public Relation Journal*, 4(2).
- Kent, M. L., & Taylor, M. (1998). Building dialogic relationships through the World Wide Web. *Public Relations Review*, 24 (3): 321-334.
- Mariah Muda, Raihanah Khudri & Md. Salleh Hassan (2004). Isu alam sekitar di dalam akhbar arus perdana. *Malaysia Jurnal Komunikasi*, Vol 20: 17-37 1.
- McAllister-Spooner, S. M. (2009). Fulfilling the dialogic promise: a ten – year reflective survey on dialogic internet principles. *Public Relations Review*, 35 (1): 320-322.
- Pingdom, (2010). The top countries on Facebook (Chart). Online at: <http://royal.pingdom.com/2010/08/12/the-top-countries-on-facebook-chart/> [Accessed 24 August 2010].
- Society for new communication research (2007). *Journal of New Communications Research*, 2(1). SNCR Press CA USA.
- Taylor, M., Kent, M.L., & White, W. J. (2001). How activist organizations are using the internet to build relationships. *Public Relations Review*, 27 (10): 263-284.
- Taylor, M., and Kent, M. L. (2010). Anticipatory socialization in the use of social media in public relations: a content analysis of PRSA's public relations tactics. *Public Relations Review*, 36: 207-214.
- The Top Sites On The Web, ordered by Alexa Traffic Rank, Online at: <http://www.alexa.com/topsites>. [Accessed 30 August 2010].
- Tony, H. (2010). Cerita betul Facebook : membongkar cerita di sebalik kemasyhuran Facebook. *Bisnes dan Pengurusan*. PTS Professional Publishing Sdn. Bhd. Selangor, Malaysia.

- Ward, B. (2011). 10 ways to measure your audience on Facebook. Online at: <http://www.allfacebook.com/10-ways-to-measure-your-audience-on-facebook-2011-02>. [Accessed 6 February 2011].
- Waters, R. D., Burnett, E., Lamm, A., & Lucas, J. (2009). Engaging stakeholders through social networking : how nonprofit organizations are using Facebook. *Public Relations Review*, 35 (2): 102-106.