

STRATEGI MEMBINA DAN MENGEKALKAN HUBUNGAN ANTARA KERAJAAN DENGAN RAKYAT MELALUI LAMAN SESAWANG

MUHAMAD FADHLI BIN ZAINUL ABIDIN, EMMA MIRZA WATI MOHAMAD &
MUHAMMAD HARYA RAMDHONI
UNIVERSITI KEBANGSAAN MALAYSIA

Abstrak

Kajian ini bertujuan untuk mengenal pasti bagaimana Kementerian di Malaysia mempraktikkan strategi pengkalan hubungan dalam laman sesawang rasmi mereka dan sejauh mana ia digunakan untuk membina dan mengekalkan hubungan antara kerajaan dengan rakyat. Kajian ini turut berhasrat untuk mengenal pasti sama ada wujud perbezaan penggunaan strategi pengkalan hubungan menerusi laman sesawang antara Kementerian yang berbeza fungsi dan peranannya. Enam strategi pengkalan hubungan yang dikemukakan oleh Hon dan Grunig (1999) digunapakai sebagai pembolehubah dalam kajian iaitu akses, positifiti, keterbukaan, jaringan, perkongsian tugas dan jaminan. Bagi membolehkan kesemua strategi ini dikaji secara kuantitatif, pengkaji telah mengkategorikan 26 indikator di bawah enam strategi pengkalan hubungan. Data yang diperolehi daripada analisis kandungan ke atas 20 laman sesawang rasmi Kementerian dianalisis secara deskriptif dan inferensi. Analisis deskriptif terhadap data kajian menunjukkan bahawa keenam-enam strategi digunakan oleh semua Kementerian pada tahap yang berbeza-beza. Walau bagaimanapun, terdapat satu Kementerian yang dikesan tidak mengaplikasikan tiga strategi iaitu strategi jaringan, perkongsian tugas dan jaminan. Analisis terhadap penggunaan indikator oleh Kementerian pula mendapati bahawa terdapat dua indikator yang kurang diberikan perhatian oleh semua Kementerian iaitu indikator laporan tahunan dan indikator slogan. Semua Kementerian dikesan tidak mempunyai indikator laporan tahunan, manakala 15 Kementerian dikesan tidak

mempunyai indikator slogan. Manakala analisis secara inferensi menggunakan Ujian Statistik Kruskal-Wallis menunjukkan nilai signifikan bagi kesemua strategi yang diuji melebihi 0.05 ($\alpha > 0.05$). Justeru, tidak wujud perbezaan yang signifikan dari segi penggunaan strategi tertentu antara kementerian yang berbeza fungsi dan peranannya. Hasil kajian turut menunjukkan bahawa dua kementerian yang berada pada kedudukan tertinggi berjaya merealisasikan 24 daripada 26 indikator, manakala kementerian berada pada kedudukan terendah hanya mempunyai 14 daripada keseluruhan 26 indikator yang diuji.

Kata Kunci: *Strategi, Kementerian, Kerajaan, Rakyat, Laman Sesawang.*

BUILDING AND MAINTENANCE RELATIONSHIP BETWEEN GOVERNMENT AND CITIZENS THROUGH WEB SITES

Abstract

This research aims to identify how Malaysian ministries utilise relationship maintenance strategies via official websites, and how far these strategies are used to build and sustain good rapport between the government and its people. This study is also interested to examine whether there is any significant differences of relationship maintenance strategies utilised among various ministries sharing similar functions and roles. Six (6) relationship maintenance strategies (i.e access, positivity, openness, networking, sharing of task and assurance) by Hon and Grunig (1999) are used as research variables in the study. To analyse all these strategies quantitatively, the study categorised Hon & grunig's variables into 26 indicators. Data and figures are analysed descriptively and inferentially. Findings showed that all 20 ministries utilised these strategies except one which did not apply three (out of six) strategies (i.e networking, sharing of task and assurance strategies) in its official website. All ministries did not include their annual report in their official websites and only 15 out of 20 ministries declared their slogans publicly. Kruskal-Wallis Statistical Test proved that there is no significant difference in terms of relationship maintenance strategies application among various ministries sharing similar functions and roles, with the significant values for all strategies

larger than 0.05 ($\alpha > 0.05$). Only 2 ministries managed to fulfill 24 out of 26 indicators, whereas the lowest achievement ministry fulfilled only 14 indicators.

Keywords: *Strategy, Ministry, Government, Citizens, Websites.*

Pengenalan

Sesebuah organisasi perlu berkomunikasi dengan pelbagai pihak yang berada di dalam dan juga luar organisasi dengan pelbagai tujuan. Menurut Gayeski (1993), komunikasi dalam organisasi bertujuan mengurangkan ketidakpastian serta meningkatkan koordinasi tindakan ahli-ahlinya bagi mencapai sasaran yang ditetapkan. Manakala, komunikasi luar organisasi pula biasanya melibatkan publik atau para pelanggan untuk meraih sokongan atau pembelian sesuatu produk dan perkhidmatan yang ditawarkan.

Di sinilah terletaknya peranan perhubungan awam dalam sesebuah organisasi iaitu untuk membantu organisasi menyesuaikan dan mengadaptasi persekitaran melalui pemantauan pendapat publik, perubahan sosial dan pemindahan budaya (Broom 2009). Justeru, peranan seorang pengamal perhubungan awam dalam sesebuah organisasi ialah, “...*berkomunikasi dengan semua publik dalaman dan luaran yang relevan untuk membangunkan hubungan yang positif dan konsisten antara matlamat dengan organisasi dengan jangkauan masyarakat*” (Bahtiar et al. 2005: 4).

Persekitaran publik pada hari ini telah berubah selari dengan peredaran masa dan perkembangan teknologi komunikasi. Publik bukan lagi hanya mahu mengetahui tentang produk atau perkhidmatan yang disediakan oleh organisasi tetapi juga mahukan pelbagai maklumat tentang organisasi tersebut. Perkembangan intelektual serta kepekaan terhadap isu kepenggunaan telah menjadikan publik pada hari ini lebih bersikap kritis dan analitis, justeru wujud kesedaran dalam kalangan mereka yang mahu supaya organisasi turut berkongsi nilai dan kesedaran dengan mereka. Organisasi yang sentiasa mengambil kira kehendak dan kepentingan publik akan menjaga imej yang positif dalam kalangan publik, sebaliknya organisasi yang tidak mengendahnya akan hilang kepercayaan publik terhadapnya. Justeru, aktiviti perhubungan awam merupakan platform terbaik bagi organisasi menonjolkan imej yang baik dalam kalangan masyarakat (Bahtiar 2005).

Menurut Bahtiar et al. (2005), aktiviti perhubungan awam tidak terhad kepada sesetengah media sahaja seperti televisyen dan akhbar, serta tidak pula semata-mata memfokuskan pada aktiviti promosi produk atau perkhidmatan sahaja seperti mana pandangan sesetengah pihak. Sebaliknya, ia melibatkan penggunaan apa jua media yang dapat befungsi untuk mengukuh dan mengekalkan nama baik dan persefahaman bersama antara organisasi dengan publik. Internet merupakan salah satu medium yang mendapat perhatian meluas pada hari ini. Keupayaannya yang dapat mewujudkan rangkaian jaringan global telah memberi kesan terhadap

amalan perhubungan awam.

Pada tahun 2011, dilaporkan bahawa terdapat lebih daripada 2.26 billion pengguna internet seluruh dunia (Internet World Stats 2012). Sesiapa sahaja berupaya untuk mengakses maklumat yang dikehendaki menggunakan internet dengan hanya beberapa klik tetikus dan sentuhan papan kekunci. Di perkampungan global inilah manusia bertukar-tukar informasi dan perkhidmatan tanpa mengira perbezaan warna kulit, bangsa mahupun ideologi. Perkembangan teknologi yang berasaskan internet pada hari ini juga telah merubah cara sesebuah organisasi berkomunikasi dengan publik. Menurut Gayeski, “...*communication is no longer a sideline; in fact, formal communication systems are an organization's most sensitive and powerful tools for attracting and informing employees, customers, and investors*” (1993: 2).

Strategi dan teknik perhubungan awam pada hari ini banyak dipengaruhi oleh perkembangan teknologi media yang baru seperti internet dan laman sesawang (Bahtiar et al. 2005). Mohamed Kirat (2007) berpendapat bahawa internet merupakan medium strategik yang dapat membantu mengembangkan potensi bidang perhubungan awam dan kepelbagaian disiplin dalam komunikasi. Dalam konteks ini, pengamal perhubungan awam perlu segera bertindak dengan memanfaatkan internet yang bersifat pantas, efektif dan berpengaruh untuk berkomunikasi dengan publik memandangkan masyarakat pada hari ini umumnya mempunyai tahap pendidikan yang tinggi serta berkemahiran dalam bidang teknologi komunikasi dan maklumat (TKM). Internet membuka ruang yang seluas-luasnya kepada organisasi untuk menjangkau publik walau di mana sahaja mereka berada. Penyebaran maklumat dan berita melalui internet berlaku begitu pantas melewati batasan geografi dan kekangan masa di samping aksesnya yang juga begitu mudah dan boleh dijalankan pada bila-bila masa sahaja yang diingini meliputi 24 jam sehari (Timmers 2000). Kemudahan ini telah membawa kepada peningkatan penggunaan internet dalam aktiviti perhubungan awam. Peningkatan jumlah pengguna yang semakin bertambah turut sama mewujudkan kepentingan untuk menyalurkan maklumat dan perkhidmatan dengan kadar segera.

Publik memerlukan maklumat dengan kebolehpercayaan yang tinggi. Maklumat yang dipersembahkan dengan jelas menggunakan medium yang sesuai dapat memberi imej yang baik kepada organisasi. Bahtiar et al. (2005) menyatakan bahawa gaya persembahan maklumat yang baik mampu memberikan gambaran yang baik terhadap imej dan reputasi organisasi, sebaliknya persembahan maklumat yang kabur akan menimbulkan kekeliruan kepada publik. Perkembangan bidang TKM yang begitu pesat turut mewujudkan persekitaran kompetitif pada masa kini khususnya dalam kalangan organisasi yang berorientasikan keuntungan untuk meraih pelanggan seramai yang mungkin.

Malah, sektor awam turut tidak terkecuali menerima kesan daripada perubahan yang berlaku. Keperluan untuk menjana inovasi dan kreativiti dalam sistem penyampaian awam khususnya melalui penggunaan internet menjadi satu

keperluan yang mendesak bagi memenuhi keperluan dan kehendak rakyat. Para sarjana yang mendokong pendekatan teori *New Public Management* (NPM) telah mencadangkan supaya aplikasi pengurusan teknologi maklumat yang diaplikasikan dalam sektor swasta turut sama diaplikasikan dalam sektor awam bagi tujuan meningkatkan mutu sistem penyampaian awam (Mohd Syafiq & Zulkapli 2006).

Presiden Institut Perhubungan Raya Malaysia (IPRM), Mohd Hamdan (2008) turut menyuarakan pandangan yang sama bahawa perhubungan awam dalam sektor awam pada hari ini bukan sahaja semakin mencabar berbanding sektor-sektor lain tetapi juga sangat diperlukan. Mohd Hamdan (2008: 2) menyatakan bahawa:

Adalah diakui bahawa kian maju sesebuah negara semakin hebat keperluannya untuk memiliki amalan perhubungan yang cekap dan canggih. Ini terutamanya bagi negara-negara demokrasi dan di mana pihak pembangkang yang kian kuat dan lantang serta teknologi komunikasinya pesat meningkat dan tersebar luas lagi mudah digunakan oleh sesiapa.

Perhubungan awam dalam sektor awam merujuk pada kegiatan-kegiatan perhubungan awam yang dibuat oleh pihak kerajaan dan setiap agensinya pada semua peringkat. Menurut beliau, pengamal perhubungan dalam sektor awam bertanggungjawab untuk membantu kerajaan memantau pendapat publik dan menceraikan kesannya terhadap kepentingan kerajaan. Kegagalan untuk mengambil berat dan mempertimbangkan suara rakyat akan menyebabkan mereka beralih arah kepada pihak atau parti politik lain semasa pilihan raya (Mohd Hamdan 2008). Kegagalan kerajaan untuk memberi penekanan terhadap perkara ini dalam pentadbirannya telah menjadi salah satu punca kegagalan parti pemerintah di Malaysia untuk mengekalkan majoriti yang besar dalam pilihan raya umum yang lalu. Kegagalan kerajaan untuk memanfaatkan teknologi komunikasi baru seperti laman sesawang, blog dan laman sosial dipercayai turut menyumbang terhadap kegagalan ini.

Walau bagaimanapun, kesedaran kerajaan terhadap kelemahan ini telah cuba dipulihkan di bawah pentadbiran Perdana Menteri Malaysia yang keenam iaitu Datuk Seri Mohd Najib Tun Abdul Razak apabila memulakan tampuk kepimpinannya dengan melaungkan slogan 1Malaysia: Rakyat Didahulukan, Pencapaian Diutamakan. Perdana Menteri turut menyedari kepentingan teknologi komunikasi baru khususnya internet sebagai medium komunikasi terpenting masa kini. Usaha kerajaan untuk meningkatkan kualiti sistem penyampaian direalisasikan dengan menjadikan aplikasi TKM sebagai strategi kontemporari agar mendapat perhatian dan sokongan rakyat. Pengenalan kepada kerajaan elektronik atau e-kerajaan dipercayai dapat menggalas misi untuk meningkatkan kualiti sistem penyampaian perkhidmatan awam. Menurut Mohd Syafiq dan Zulkapli (2006: 27):

Pembangunan konsep dan penggunaan e-kerajaan ini adalah berdasarkan perspektif yang melihat rakyat sebagai pelanggan perkhidmatan awam dan kerajaan sentiasa dengan penuh tanggungjawab perlu meningkatkan keberkesanan fungsi “eksekutif” melalui penambahbaikan mutu sistem penyampaian, keterbukaan (transparent) pemerolehan dan penyebaran maklumat penting kerajaan demi peningkatan legitimasi kuasa kerajaan yang memerintah.

Agensi-agensi kerajaan bukan sahaja digesa untuk memantapkan infrastruktur teknologi komunikasi, tetapi juga segera menggunakan aplikasi internet seperti laman sesawang, blog, laman sosial dan sebagainya sebagai satu usaha transformasi sektor awam ke arah sistem penyampaian yang lebih cekap, pantas dan berintegriti. Penggunaan pelbagai aplikasi internet ini juga bukan sekadar untuk menambahbaik sistem penyampaian awam tetapi turut berperanan untuk mendekatkan kerajaan dengan rakyat melalui jaringan perhubungan. Jalinan hubungan yang baik antara sektor awam dan rakyat dapat membina imej dan reputasi yang baik dari kaca mata rakyat, seterusnya membina persepsi yang baik terhadap kerajaan yang memerintah. Penggunaan laman sesawang oleh agensi kerajaan merupakan satu strategi yang diguna pakai untuk mewujudkan jalinan perhubungan dengan rakyat.

Objektif Kajian

Kajian ini memiliki tiga objektif. Pertama, mengenal pasti bagaimana kementerian di Malaysia menggunakan strategi pengekalan hubungan dalam laman sesawang rasmi mereka. Kedua, mengenal pasti sama ada wujud perbezaan penggunaan strategi pengekalan hubungan dalam laman sesawang rasmi antara kementerian yang mempunyai fungsi dan peranan yang berbeza. Ketiga, mengemukakan cadangan penambahbaikan ke atas laman sesawang rasmi kementerian di Malaysia dalam usaha memaksimumkan potensinya sebagai medium untuk mengekalkan hubungan antara kerajaan dan rakyat.

Persoalan Kajian

Kajian ini mengenalpasti tiga persoalan:

1. Apakah strategi pengekalan hubungan yang diguna pakai oleh kementerian di Malaysia dalam laman sesawang rasmi mereka?
2. Sejauh manakah kementerian di Malaysia mengguna pakai strategi pengekalan hubungan dalam laman sesawang rasmi mereka?
3. Adakah wujud perbezaan penggunaan strategi pengekalan hubungan antara kementerian yang mempunyai fungsi dan peranan yang berbeza?

Definisi Konsep

Perhubungan. Menurut Kamus Dewan, istilah perhubungan berasal dari kata dasar hubung yang bermaksud berangkai, bersambung atau beruntun. Ia juga boleh dimaksudkan sebagai bertukar-tukar berita, fikiran dan lain-lain. Manakala perhubungan pula ditafsirkan sebagai hubungan atau perihal berhubung antara satu sama lain (2010: 546-547). Berdasarkan perspektif komunikasi interpersonal, Berscheid dan Peplau (1983) dalam Broom et al. (1997), menghuraikannya sebagai keintiman yang wujud antara individu-individu yang berinteraksi yang memberi kesan mendalam kepada mereka dan juga aktiviti yang mereka lakukan dalam tempoh tertentu. Dalam kajian ini, perhubungan merujuk pada jalinan hubungan antara kerajaan dengan rakyat.

Hubungan organisasi-publik. Perhubungan berdasarkan perspektif perhubungan awam dihuraikan dalam konteks pengurusan hubungan antara organisasi dengan publik yang juga disebut sebagai hubungan organisasi-publik. Ledingham (1998) mendefinisikan hubungan organisasi-publik sebagai, “... *the state that exist between an organization and its key publics that provides economics, social, political, and/or cultural benefits to all parties involved, and is characterized by mutual positive regards*” (1998: 62). Hubungan organisasi-publik dalam konteks kajian ini merujuk pada hubungan antara kementerian sebagai sebuah organisasi kerajaan dengan publik yang terdiri daripada rakyat.

Perhubungan awam. Broom et al. mendefinisikan Perhubungan Awam sebagai, “...*the management function that establishes and maintains mutually beneficial relationships between an organization and the public on whom its success or failure depends*” (2009: 7). Berdasarkan definisi ini, secara rumusannya Perhubungan Awam dapat ditakrifkan sebagai fungsi strategik pengurusan antara organisasi dengan publik yang mengaplikasikan strategi komunikasi secara beretika bagi tujuan membina dan mengekalkan hubungan perkongsian dengan publik atau golongan sasaran yang telah dikenal pasti.

Strategi pengekaln hubungan. Hon dan Grunig mendefinisikan strategi pengekaln hubungan sebagai, “...*the communication methods that public relations people use to develop new relationships with publics and to deal with the stresses and conflicts that occur in all relationship*” (1999: 5). Ia terdiri daripada beberapa strategi yang boleh diaplikasikan oleh organisasi untuk mengekalkan hubungan mereka dengan publik. Dalam kajian ini, strategi pengekaln hubungan merujuk pada enam strategi yang dikemukakan oleh Hon dan Grunig (1999) iaitu akses, positiviti, keterbukaan, jaringan, perkongsian tugas dan jaminan.

Laman sesawang. Merujuk pada Krueger dan Best (2004), laman sesawang merupakan stor penyimpanan tanpa had yang mengandungi segala bentuk teks, imej, audio dan video. Ia boleh dihubungkan dengan bahagian atau muka surat lain secara hyperlink (pautan), dan juga membolehkan pengguna melihat gambar, mengalunkan bunyi, memainkan video serta membuat penambahan teks. Berdasarkan keupayaan ini, maka maklumat dapat dipersembahkan secara komprehensif dan cekap. Laman sesawang dalam kajian ini merujuk pada laman

sesawang rasmi yang disediakan oleh kementerian.

Kementerian. Berdasarkan Pekeliling Am Bil. 2 Tahun 1982 yang dikeluarkan oleh Unit Permodenan Tabiran dan Perancangan Pengurusan Malaysia (MAMPU), kementerian ditakrifkan sebagai organisasi yang diwujudkan untuk menggubal dasar, merancang program-program dan melaksanakannya di bawah arahan seorang menteri. Ibu pejabat kementerian dianggotai oleh Menteri (termasuk Timbalan-timbalannya), Ketua Setiausaha dan kakitangan-kakitangan di bawahnya. Di bawah kementerian terdapat pelbagai agensi pelaksana termasuk jabatan-jabatan dan badan berkanun di bawah kementerian (MAMPU 1982). Bagi tujuan kajian ini, kementerian merujuk kepada organisasi tertinggi di peringkat pentadbiran kerajaan persekutuan yang meliputi 24 buah kesemuanya.

Kaedah Penyelidikan

Terdapat enam kategori yang telah ditetapkan dalam kajian ini iaitu akses, positiviti, keterbukaan, jaminan, jaringan dan perkongsian tugas. Keenam-enam kategori ini dapat membantu menjawab persoalan pertama dalam kajian ini iaitu: Apakah strategi pengkalan hubungan yang diguna pakai oleh kementerian di Malaysia dalam laman sesawang rasmi mereka?

Setiap kategori akan diukur tahap penggunaannya bagi menentukan tahap penggunaannya oleh kementerian yang berbeza. Pengukuran tahap penggunaan ini dapat membantu menjawab persoalan kedua dalam kajian ini iaitu: Sejauh manakah kementerian di Malaysia mengguna pakai strategi pengkalan hubungan dalam laman sesawang rasmi mereka? Dalam kajian ini, pengkaji akan membuat pengkelasan ke atas semua kementerian mengikut fungsi dan peranan setiap satunya. Pengkelasan akan dibuat mengikut sepuluh bidang pengkhususan utama yang dikenali sebagai *United Nations Classification of Functions of Government (COFOG)*.

Berdasarkan garis panduan pengkelasan COFOG, maka pengkaji telah mengelaskan kesemua 20 kementerian di bawah salah satu daripada sepuluh bidang pengkhususan utama. Sila rujuk Lampiran C untuk senarai pengkelasan kementerian mengikut bidang pengkhususan utama atau COFOG. Pengkelasan kesemua kementerian ini mengikut bidang pengkhususan utama akan dapat membantu menjawab persoalan ketiga dalam kajian ini iaitu: Adakah wujud perbezaan penggunaan strategi pengkalan hubungan antara kementerian yang mempunyai fungsi dan peranan yang berbeza?

Persampelan

Secara keseluruhannya terdapat 24 buah laman sesawang yang mewakili 24 buah kementerian di Malaysia. Sebanyak empat buah laman sesawang telah dipilih secara rawak daripada jumlah ini untuk digunakan sebagai sampel praujian. Selebihnya iaitu sebanyak 20 buah laman sesawang dijadikan sebagai sampel kajian. Senarai *uniform resource locator (URL)* atau alamat laman sesawang bagi

20 buah kementerian tersebut adalah seperti di Lampiran A. Jumlah sampel yang diambil adalah meliputi 83 peratus daripada keseluruhan populasi diharapkan dapat membantu menangani beberapa permasalahan yang biasanya dihadapi oleh para pengkaji seperti penentuan saiz sampel kajian.

Penentuan saiz sampel kajian yang sesuai penting untuk memastikan dapatan kajian yang diperolehi tepat dan menyeluruh. Pemilihan sampel kajian yang tidak sistematik boleh menyebabkan berlakunya berat sebelah (bias) ketika proses pemilihan sampel kajian. Kesilapan memilih sampel juga boleh memberi kesan terhadap hasil kajian serta membazirkan masa pengkaji. Menurut Kim dan Kuljis, "...choosing an effective and efficient sampling size may save considerable unnecessary effort in analysing an enormous amount of data" (2010: 373).

Justeru, dalam kajian ini, pengkaji memilih untuk menganalisa 20 buah laman sesawang memandangkan jumlahnya yang tidak terlalu besar. Pemilihan saiz sampel yang besar ini bukan sahaja dapat membantu memberikan gambaran yang menyeluruh tentang hasil kajian, tetapi juga dapat membantu menangani isu-isu berkaitan dengan pemilihan serta penentuan saiz sampel kajian yang biasanya dihadapi oleh para pengkaji.

Tempoh Masa Kajian

Dalam kajian ini, tempoh masa yang ditetapkan bagi jurukod menjalankan analisis kandungan ialah selama empat (4) hari iaitu bermula daripada 16 Jun sehingga 19 Jun 2012. Dalam tempoh masa ini, jurukod perlu menyelesaikan analisis kandungan ke atas kesemua 20 buah laman sesawang yang dikaji. Tempoh masa ini ditetapkan kerana kandungan laman sesawang adalah bersifat dinamik dan ia sentiasa berubah dari semasa ke semasa. Justeru, dapatan kajian ini berkemungkinan akan berubah sekiranya ia dijalankan pada masa yang lain.

Skop Kajian

Secara umumnya sistem pentadbiran negara dapat dibahagikan kepada tiga peringkat iaitu peringkat persekutuan, peringkat negeri dan peringkat kerajaan tempatan. Kajian ini hanya melibatkan organisasi di peringkat persekutuan iaitu 20 buah kementerian. Analisis kandungan yang dijalankan meliputi 20 buah laman sesawang kementerian tersebut.

Instrumen kajian yang disediakan hanya terhad kepada enam strategi pengkalan hubungan yang dikemukakan oleh Hon dan Grunig (1999). Keenam-enam strategi ini merupakan pembolehubah yang akan diuji dalam kajian ini bagi menentukan bagaimana kementerian di Malaysia mengaplikasikan strategi pengkalan hubungan dalam laman sesawang rasmi mereka, seterusnya menentukan tahap penggunaan dan perbezaan penggunaannya antara kementerian yang berbeza fungsi dan peranan.

Analisis Data

Data yang diperolehi akan diproses menggunakan perisian Statistical Package for the Social Sciences (SPSS Statistic versi 17.0). Memandangkan data yang diperolehi agak rencam dan banyak, maka perisian ini dapat membantu pengkaji untuk memanipulasi dan menganalisa data yang diperolehi. Persoalan kajian yang pertama dan persoalan kajian yang kedua dapat ditentukan dengan membuat penilaian berdasarkan Skala Penilaian Tahap Aplikasi Strategi Pengekalan Hubungan. Manakala, bagi menjawab persoalan kajian yang ketiga pula, pengkaji perlu menguji perbezaan min antara sepuluh kategori kementerian yang telah diklasifikasikan mengikut sebagai United Nations Classification of Functions of Government (COFOG) bagi tujuan melihat perbezaan aplikasi strategi bagi kementerian-kementerian yang mempunyai fungsi dan peranan yang berbeza.. Analisis varians atau ANOVA digunakan untuk melengkapkan kajian ini. Menurut Alias Baba (1992), ujian analisis varians satu hala (one way ANOVA) boleh digunakan bagi tujuan menguji perbezaan min antara kumpulan yang melebihi dua kategori.

Hasil Kajian

Sebelum menjalankan analisis kandungan yang sebenar, pengkaji terlebih dahulu telah membuat ujian kebolehpercayaan antara jurukod menggunakan instrumen kajian yang disediakan. Formula yang dikemukakan oleh Holsti (1969) telah diaplikasikan (Krippendorff 2004). Hasil ujian tersebut adalah seperti berikut (sila rujuk Jadual 4.1):

Jadual 4.1 : Tahap Kebolehpercayaan Antara Jurukod

Strategi Yang Diuji	Tahap Kebolehpercayaan Antara Juru Kod
Akses	1.00
Positiviti	0.84
Keterbukaan	0.76
Jaringan	0.80
Perkongasian Tugas	0.73
Jaminan	1.00

Menurut Neundorf (2002), tiada garis panduan yang khusus ditetapkan bagi menentukan standard tahap kebolehpercayaan antara jurukod. Walau bagaimanapun, pandangan beberapa orang sarjana boleh dijadikan sebagai rujukan. Krippendorff (2007) misalnya, menyatakan bahawa nilai 0.80 ke atas menunjukkan tahap kebolehpercayaan yang tinggi, namun nilai 0.70 ke atas masih boleh diterima. Pandangan yang hampir sama turut dikongsikan oleh Riffe et al. (1998). Beliau dan rakan-rakannya menyatakan bahawa nilai

kebolehpercayaan yang berada di bawah tahap 0.70 memberi gambaran bahawa data yang diperolehi daripada kajian adalah kurang tepat, sukar dijelaskan serta tidak membolehkan berlakunya proses replikasi.

Data kajian yang diperolehi berdasarkan analisis kandungan yang telah dijalankan adalah seperti berikut (sila rujuk Jadual 4.3):

Jadual 4.3 : Tahap Aplikasi Strategi Akses Dalam Laman Sesawang Rasmi Kementerian

Strategi	Tahap Penggunaan	N=20	Peratusan (%)
Akses	Sangat Tinggi	19	95
	Tinggi	1	5
	Sederhana	-	-
	Rendah	-	-
	Sangat Rendah	-	-
	Tiada	-	-
	Jumlah	20	100

Berdasarkan data kajian ini, pengkaji mendapati bahawa strategi akses diaplikasikan oleh semua kementerian dalam laman sesawang mereka. Walau bagaimanapun, terdapat sedikit perbezaan dari segi tahap penggunaan strategi tersebut antara kementerian. Sebanyak 19 kementerian daripada 20 buah keseluruhannya mencatatkan tahap penggunaan yang sangat tinggi. Kesemua kementerian ini didapati memenuhi semua indikator kajian iaitu menyediakan nombor telefon, alamat lokasi serta alamat e-mel. Manakala, hanya satu sahaja kementerian iaitu Kementerian Wilayah Persekutuan dan Kesejahteraan Bandar dikesan mencatatkan penggunaan di tahap yang tinggi kerana didapati tidak menyediakan alamat e-mel kementerian/ bahagian/ cawangan. Walau bagaimanapun, berdasarkan analisis kandungan yang dijalankan, pengkaji mendapati bahawa e-mel para pegawai kementerian ada disediakan.

Strategi kedua yang dianalisa ialah strategi positifiti. Terdapat sepuluh indikator di bawah strategi ini iaitu fungsi carian, peta laman sesawang, menu, kandungan khusus, mesra golongan kurang upaya (OKU, buta warna dan warga tua), versi pelbagai bahasa, foto, video, slogan dan logo (sila rujuk Jadual 4.4). Laman sesawang yang mengandungi satu daripada indikator yang disenaraikan akan diberikan dua markah. Walau bagaimanapun, terdapat sedikit perbezaan pemarkahan bagi indikator yang keenam iaitu versi pelbagai bahasa. Tiada markah diberikan sekiranya hanya satu bahasa disediakan. Satu markah akan diberikan sekiranya laman sesawang tersebut memperuntukkan dwibahasa, manakala dua markah diberikan sekiranya laman tersebut mempunyai lebih daripada dua bahasa. Jumlah keseluruhan markah bagi laman sesawang yang memenuhi kesemua indikator ialah 20 markah.

Seterusnya, jumlah markah yang diperolehi akan dibahagikan dengan jumlah markah keseluruhan, dan didarab dengan 25 sebagai pekali. Sebagaimana yang dijelaskan sebelum ini, julat yang diperolehi daripada proses pengiraan ini akan digunakan untuk menentukan tahap aplikasi strategi positiviti dalam kesemua laman sesawang yang dianalisis.

Jadual 4.4 : Sepuluh Indikator Di Bawah Strategi Positiviti

Strategi	Nombor	Indikator
Positiviti	1.	Fungsi carian
	2.	Peta lama sesawang
	3.	Menu
	4.	Kandungan khusus
	5.	Mesra golongan kurang upaya
	6.	Versi berbagai bahasa
	7.	Foto
	8.	Video
	9.	Slogan
	10.	Logo

Data kajian yang diperolehi berdasarkan analisis kandungan yang telah dijalankan adalah seperti berikut (sila rujuk Jadual 4.5):

Jadual 4.5 : Tahap Aplikasi Strategi Positiviti Dalam Laman Sesawang Rasmi Kementerian

Strategi	Tahap Penggunaan	N=20	Peratusan (%)
Positiviti	Sangat Tinggi	8	40
	Tinggi	9	45
	Sederhana	3	15
	Rendah	-	-
	Sangat Rendah	-	-
	Tiada	-	-
	Jumlah		20

Berdasarkan data kajian ini, pengkaji mendapati bahawa strategi positiviti diaplikasikan oleh semua kementerian dalam laman sesawang mereka. Walau bagaimanapun terdapat sedikit perbezaan dari segi tahap penggunaan strategi tersebut antara kementerian. Sebanyak lapan kementerian mencatatkan penggunaan di tahap yang sangat tinggi, manakala sembilan lagi kementerian

mencatatkan tahap penggunaan yang tinggi dan bakinya tiga lagi kementerian mencatatkan penggunaan di tahap sederhana. iaitu Kementerian Perdagangan Antarabangsa dan Industri, Kementerian Sumber Asli dan Alam Sekitar, serta Kementerian Kemajuan Luar Bandar dan Wilayah. Analisis ke atas ketiga-tiga kementerian ini mendapati bahawa terdapat tiga indikator yang tidak ditemui dalam laman sesawang ketiga-tiga kementerian tersebut iaitu foto, video dan slogan. Walau bagaimanapun, apabila dibandingkan antara kesemua sepuluh indikator yang dikaji, pengkaji mendapati bahawa indikator yang tiada dalam majoriti laman sesawang yang dikaji ialah slogan. Sebanyak 15 daripada 20 kementerian dikenal pasti tidak mempunyai slogan dalam laman sesawang mereka.

Strategi ketiga yang dianalisa ialah strategi keterbukaan. Terdapat lima indikator di bawah strategi ini iaitu maklumat organisasi, berita tentang organisasi, laporan tahunan, RSS dan fungsi interaktif (sila rujuk Jadual 4.6). Laman sesawang yang mengandungi satu daripada indikator yang disenaraikan akan diberikan 2 markah. Walau bagaimanapun, terdapat sedikit perbezaan pemarkahan bagi indikator yang kelima iaitu fungsi interaktif. Sebanyak 0.5 markah diberikan sekiranya terdapat antara satu hingga dua aplikasi laman sosial yang disediakan. Satu markah diberikan sekiranya terdapat antara tiga hingga empat aplikasi laman sosial yang disediakan., manakala dua markah diberikan sekiranya terdapat lebih daripada empat aplikasi laman sosial yang disediakan. Jumlah keseluruhan markah bagi laman sesawang yang memenuhi kesemua indikator ialah 10 markah.

Seterusnya, jumlah markah yang diperolehi akan dibahagikan dengan jumlah markah keseluruhan, dan didarab dengan 25 sebagai pekali. Sebagaimana yang dijelaskan sebelum ini, julat yang diperolehi daripada proses pengiraan ini akan digunakan untuk menentukan tahap aplikasi strategi keterbukaan dalam kesemua laman sesawang yang dianalisis.

Jadual 4.6 : Lima Indikator Di Bawah Strategi Keterbukaan

Strategi	Nombor	Indikator
Keterbukaan	1.	Maklumat Organisasi
	2.	Berita tentang organisasi
	3.	Laporan tahunan
	4.	RSS
	5.	Fungsi interaktif

Data kajian yang diperolehi berdasarkan analisis kandungan yang telah dijalankan adalah seperti berikut:

Jadual 4.7 : Tahap Aplikasi Strategi Keterbukaan Dalam Laman Sesawang Rasmi Kementerian

Strategi	Tahap Penggunaan	N=20	Peratusan (%)
Positiviti	Sangat Tinggi	-	-
	Tinggi	14	70
	Sederhana	5	25
	Rendah	1	5
	Sangat Rendah	-	-
	Tiada	-	-
	Jumlah		20

Berdasarkan data kajian ini, pengkaji mendapati bahawa strategi keterbukaan telah diaplikasikan oleh semua kementerian dalam laman sesawang mereka. Terdapat perbezaan dari segi tahap penggunaan strategi tersebut antara kementerian. Tiada kementerian yang dicatatkan menggunakan strategi ini pada tahap sangat tinggi. Sebanyak 14 kementerian didapati mencatatkan penggunaan pada tahap yang tinggi, manakala lima lagi kementerian menggunakan strategi ini pada tahap sederhana. Bakinya iaitu satu lagi kementerian mencatatkan penggunaan pada tahap yang rendah.

Merujuk pada 14 kementerian yang berada di tahap tinggi, pengkaji mendapati bahawa kesemua kementerian ini tidak dapat berada di tahap sangat tinggi disebabkan oleh kekurangan salah satu daripada lima indikator yang dikaji iaitu laporan tahunan. Berdasarkan dapatan kajian yang diperolehi, kesemua 20 kementerian yang dikaji didapati tidak mempunyai indikator laporan tahunan.

Sementara itu, lima lagi kementerian yang berada pada tahap sederhana dikesan tidak mempunyai mana-mana dua daripada tiga indikator berikut iaitu berita tentang organisasi, laporan tahunan dan RSS. Kementerian-kementerian tersebut ialah Kementerian Pengangkutan, Kementerian Luar Negeri, Kementerian Pertanian dan Industri Asas Tani, Kementerian Sains, Teknologi dan Inovasi, serta Kementerian Kemajuan Luar Bandar dan Wilayah. Manakala Kementerian Perdagangan Antarabangsa dan Industri pula dikesan berada di tahap penggunaan yang rendah. Ia dikesan tidak mempunyai tiga indikator iaitu berita tentang organisasi, laporan tahunan dan RSS.

Strategi keempat yang dianalisa ialah strategi jaringan. Terdapat tiga indikator di bawah strategi ini iaitu kerjasama dengan organisasi lain yang mempunyai fungsi dan peranan yang sama atau hampir sama, kerjasama dengan organisasi lain yang mempunyai fungsi dan peranan yang berbeza dan kerjasama dengan selebriti (sila rujuk Jadual 4.8). Laman sesawang yang mengandungi satu daripada indikator yang disenaraikan akan diberikan dua markah. Justeru, jumlah keseluruhan markah bagi laman sesawang yang memenuhi kesemua indikator yang disenaraikan ini ialah enam markah.

Seperti kebiasaannya, jumlah markah yang diperolehi akan dibahagikan dengan jumlah markah keseluruhan, dan didarab dengan 25 sebagai pekali. Julat yang diperolehi daripada proses pengiraan ini akan digunakan bagi menentukan tahap aplikasi strategi jaringan dalam kesemua laman sesawang yang dianalisis.

Jadual 4.8 : Tiga Indikator Di Bawah Strategi Jaringan

Strategi	Nombor	Indikator
Jaringan	1.	Kerjasama dengan organisasi lain (fungsi dan peranan sama/ hampir sama)
	2.	Kerjasama dengan organisasi lain (fungsi dan peranan berbeza)
	3.	Kerjasama dengan selebriti

Data kajian yang diperolehi berdasarkan analisis kandungan yang telah dijalankan adalah seperti berikut:

Jadual 4.9 : Tahap Aplikasi Strategi Jaringan Dalam Laman Sesawang Rasmi Kementerian

Strategi	Tahap Penggunaan	N=20	Peratusan (%)
Jaringan	Sangat Tinggi	5	25
	Tinggi	5	25
	Sederhana	-	-
	Rendah	9	45
	Sangat Rendah	-	-
	Tiada	1	5
	Jumlah		20

Berdasarkan data kajian ini, pengkaji mendapati bahawa hampir semua kementerian telah menggunakan strategi ini dalam laman sesawang mereka kecuali satu sahaja kementerian iaitu Kementerian Pengangkutan. Terdapat perbezaan yang agak ketara dari segi tahap penggunaan strategi ini antara kementerian-kementerian tersebut. Sebanyak lima kementerian mencatatkan tahap penggunaan yang sangat tinggi dan lima lagi kementerian mencatatkan penggunaan di tahap tinggi. Manakala sembilan lagi kementerian dikesan berada pada tahap penggunaan yang rendah, dan bakinya satu lagi kementerian dikesan tidak langsung mengaplikasikan strategi ini iaitu Kementerian Pengangkutan.

Lima kementerian yang berada di tahap tinggi dikenal pasti tidak mempunyai salah satu daripada tiga indikator yang dikaji. Tiga daripada kementerian ini iaitu Kementerian Perdagangan Dalam Negeri, Koperasi dan Kepenggunaan, serta

Kementerian Wilayah Persekutuan dan Kesejahteraan Bandar didapati tidak mempunyai indikator kedua iaitu kerjasama dengan organisasi lain yang berbeza fungsi dan peranan. Manakala, dua lagi kementerian dikesan tidak mempunyai indikator ketiga iaitu kerjasama dengan selebriti melibatkan Kementerian Luar Negeri, serta Kementerian Pertanian dan Industri Asas Tani.

Sembilan kementerian yang berada di tahap rendah pula dikenal pasti tidak mempunyai dua daripada tiga indikator yang dikaji. Kesemua kementerian ini dikesan tidak mempunyai indikator yang kedua iaitu kerjasama dengan organisasi lain yang berbeza fungsi dan peranan, serta indikator ketiga iaitu kerjasama dengan selebriti. Manakala tiada kementerian dikesan berada pada tahap sederhana. Ini berkemungkinan disebabkan pengaruh daripada formula pengiraan yang digunakan serta bilangan indikator yang sedikit menjadikan perbezaan antara kelima-lima tahap iaitu sangat tinggi, tinggi, sederhana, rendah dan sangat rendah kelihatan agak ketara.

Strategi kelima yang dianalisa ialah strategi perkongsian tugas. Terdapat tiga indikator di bawah strategi ini iaitu inisiatif alam sekitar, inisiatif alam komuniti dan inisiatif pendidikan (sila rujuk Jadual 4.10). Laman sesawang yang mengandungi satu daripada indikator yang disenaraikan akan diberikan dua markah. Justeru, jumlah keseluruhan markah bagi laman sesawang yang memenuhi kesemua indikator yang disenaraikan ini ialah enam markah.

Jadual 4.10 : Tiga Indikator Di Bawah Strategi Perkongsian Tugas

Strategi	Nombor	Indikator
Perkongsian Tugas	1.	Inisiatif Alam Sekitar
	2.	Inisiatif Alam Komuniti
	3.	Inisiatif Pendidikan

Data kajian yang diperolehi berdasarkan analisis kandungan yang telah dijalankan adalah seperti berikut (sila rujuk Jadual 4.11):

Jadual 4.11 : Tahap Aplikasi Strategi Perkongsian Tugas Dalam Laman Sesawang Rasmi Kementerian

Strategi	Tahap Penggunaan	N=20	Peratusan (%)
Perkongsian Tugas	Sangat Tinggi	13	65
	Tinggi	6	30
	Sederhana	-	-
	Rendah	-	-
	Sangat Rendah	-	-
	Tiada	1	5
	Jumlah	20	100

Berdasarkan data kajian ini, pengkaji mendapati bahawa strategi jaringan majoritinya diaplikasikan oleh hampir kesemua kementerian dalam laman sesawang mereka kecuali satu sahaja kementerian iaitu Kementerian Pengangkutan. Tiada perbezaan yang ketara dari segi tahap penggunaan strategi tersebut antara kementerian. Sebanyak 13 kementerian mencatatkan tahap penggunaan yang sangat tinggi, manakala enam lagi mencatatkan penggunaan yang tinggi, Bakinya satu lagi kementerian dikesan tidak langsung mengaplikasikan strategi ini.

Merujuk pada enam kementerian yang berada pada tahap tinggi, dapatan kajian menunjukkan bahawa kesemua kementerian ini tidak mempunyai salah satu daripada tiga indikator yang dikaji. Sebanyak empat daripadanya iaitu Kementerian Pertahanan, Kementerian Perdagangan Dalam Negeri, Koperasi dan Kepenggunaan, Kementerian Perdagangan Antarabangsa dan Industri, serta Kementerian Belia dan Sukan dikenal pasti tidak mempunyai indikator inisiatif alam sekitar dalam laman sesawang mereka. Manakala dua lagi kementerian iaitu Kementerian Sumber Asli dan Alam Sekitar, serta Kementerian Perumahan dan Kerajaan Tempatan pula dikesan tidak mempunyai indikator inisiatif pendidikan. Sebuah lagi kementerian iaitu Kementerian Pengangkutan didapati tidak mengaplikasikan strategi perkongsian tugas.

Strategi terakhir yang dianalisa ialah strategi jaminan. Terdapat dua indikator di bawah strategi ini iaitu aduan atas talian dan soalan lazim (sila rujuk Jadual 4.12). Laman sesawang yang mengandungi satu daripada indikator yang disenaraikan akan diberikan dua markah. Justeru, jumlah keseluruhan markah bagi laman sesawang yang memenuhi kesemua indikator yang disenaraikan ini ialah empat markah.

Jadual 4.12 : Dua Indikator Di Bawah Strategi Jaminan

Strategi	Nombor	Indikator
Jaminan	1.	Aduan atas talian
	2.	Soalan lazim

Data kajian yang diperolehi berdasarkan analisis kandungan yang telah dijalankan adalah seperti berikut (sila rujuk Jadual 4.13):

Jadual 4.13 : Tahap Aplikasi Strategi Jaminan Dalam Laman Sesawang Rasmi Kementerian

Strategi	Tahap Penggunaan	N=20	Peratusan (%)
Jaminan	Sangat Tinggi	14	70
	Tinggi	-	-
	Sederhana	5	25

Rendah	-	-
Sangat Rendah	-	-
Tiada	1	5
Jumlah	20	100

Berdasarkan data kajian ini, pengkaji mendapati bahawa strategi jaminan majoritinya diaplikasikan oleh hampir semua kementerian dalam laman sesawang kecuali satu sahaja kementerian iaitu Kementerian Pengangkutan. Sebanyak 14 buah kementerian mencatatkan tahap penggunaan yang sangat tinggi, manakala lima lagi mencatatkan penggunaan pada tahap sederhana. Selebihnya iaitu sebuah kementerian didapati tidak menggunakan strategi ini.

Merujuk pada lima kementerian yang berada pada tahap sederhana, dapatan kajian menunjukkan kelima-limanya tidak mempunyai salah satu daripada dua indikator yang dikaji. Tiga daripadanya iaitu Kementerian Kewangan, Kementerian Sains, Teknologi dan Inovasi, serta Kementerian Pelancongan tidak mempunyai indikator aduan atas talian. Manakala dua lagi kementerian iaitu Kementerian Tenaga, Teknologi Hijau dan Air, serta Kementerian Pengajian Tinggi pula tidak mempunyai indikator soalan lazim.

Sebelum menguji perbezaan segi penggunaan strategi pengkelan hubungan antara kementerian-kementerian yang mempunyai fungsi dan peranan yang berbeza, pengkaji telah mengelaskan kesemua 20 buah kementerian di bawah salah satu daripada 10 kategori untuk membezakan fungsi dan peranan setiap kementerian dengan menggunakan satu sistem pengkelasan yang dikenali sebagai *United Nations Classification of Functions of Government (COFOG)*. Ia merupakan satu sistem pengkelasan yang diwujudkan oleh Pertubuhan Bangsa-bangsa Bersatu (United Nations) bertujuan untuk mengklasifikasikan fungsi pentadbiran kerajaan sesebuah negara. Justeru, kesemua 20 buah kementerian ini telah dikelaskan mengikut sistem ini bagi memudahkan pengkaji membuat perbandingan untuk menentukan sama ada wujud perbezaan dari segi penggunaan strategi pengkelan hubungan antara kementerian-kementerian yang mempunyai fungsi dan peranan yang berbeza, seterusnya menjawab persoalan ketiga kajian.

Bagi menentukan perbezaan penggunaan strategi antara kementerian para pengkaji pada kebiasaannya menggunakan Ujian *Analysis of Variance* atau ANOVA. Walau bagaimanapun, beberapa prasyarat perlu dipatuhi sebelum ia dapat digunakan. Antaranya ialah pembolehubah yang dikaji perlu terdiri daripada pembolehubah yang bersifat sela (interval) dan nisbah (ratio). Manakala, taburan data pula perlu mempunyai taburan yang normal (Alias Baba 1999). Namun, sekiranya data kajian yang diperolehi tidak memenuhi ciri-ciri tersebut, maka ia dianggap bersifat bukan parametrik dan tidak boleh mengguna pakai ujian ANOVA.

Disebabkan data yang diperolehi dalam kajian ini adalah bersifat nominal dan ordinal, maka ujian perbezaan varian antara kumpulan yang berbentuk bukan parametrik perlu digunakan iaitu Ujian Kruskal-Wallis. Menurut Pallant, "...

Kruskal-Wallis Test is the non-parametric alternative to a one-way between group analysis of variance...allows you to compare the scores on some continuous variable for three or more groups...scores are converted to ranks and the mean rank for each group is compared” (2005: 294).

Interpretasi terhadap hasil ujian ini boleh diperolehi daripada nilai signifikansi dalam jadual Khi Kuasa Dua yang dijana menerusi operasi data dalam SPSS. Sekiranya nilai signifikansi (α) kurang daripada 0.05, maka secara statistiknya dapat dikatakan bahawa terdapat perbezaan yang signifikan terhadap pembolehubah yang dikaji antara kumpulan-kumpulan tersebut. Manakala, sekiranya nilai $\alpha > 0.05$, maka dapat dirumuskan bahawa tiada sebarang perbezaan yang signifikan.

Jadual 4.14 : Hasil Ujian Statistik Kruskal-Wallis

	Akses	Positiviti	Keterbukaan	Jaringan	Perkongsian Tugas	Jaminan
Khi Kuasa Dua	9.000	5.376	8.743	14.123	5.114	7.171
Darjah kebebasan	9	9	9	9	9	9
Signifikan	0.437	0.800	0.461	0.118	0.824	0.619

Berdasarkan hasil Ujian Kruskal-Wallis yang dijalankan, nilai signifikan bagi strategi akses iaitu α bersamaan dengan 0.437 iaitu lebih besar daripada nilai signifikan yang ditetapkan iaitu 0.05 ($\alpha > 0.05$) (sila rujuk Jadual 4.14). Ini menunjukkan bahawa tidak terdapat perbezaan yang signifikan dari segi strategi akses yang digunakan antara kesemua sepuluh kategori kementerian yang berbeza fungsi dan peranan.

Merujuk kepada strategi yang lain iaitu positiviti ($\alpha = 0.800$), keterbukaan ($\alpha = 0.461$), jaringan ($\alpha = 0.118$), perkongsian tugas ($\alpha = 0.824$) dan jaminan ($\alpha = 0.619$), hasil ujian yang dijalankan mendapati bahawa kesemua nilai α yang diperolehi adalah melebihi 0.05 ($\alpha > 0.05$). Justeru, berdasarkan keputusan ujian ini dapat dirumuskan bahawa tidak terdapat perbezaan yang signifikan dari segi strategi yang digunakan antara kesemua sepuluh kategori kementerian yang berbeza fungsi dan peranan.

Rumusan

Secara keseluruhannya terdapat 26 indikator yang telah dikaji dalam kajian ini yang telah dikelompokkan dalam salah satu daripada enam strategi pengekal hubungan iaitu strategi akses, positiviti, keterbukaan, jaringan, perkongsian tugas dan jaminan. Dapatan kajian menunjukkan bahawa tiga strategi iaitu akses, positiviti dan keterbukaan telah digunakan oleh semua kementerian pada tahap yang berbeza-beza. Manakala, tiga lagi strategi iaitu jaringan, perkongsian

tugas serta jaminan secara majoritinya diaplikasikan oleh semua kementerian pada tahap yang berbeza kecuali satu sahaja iaitu Kementerian Pengangkutan yang dikesan tiada langsung mengaplikasikan ketiga-tiga strategi tersebut.

Kajian ini mendapati bahawa terdapat dua kementerian yang mencatatkan penggunaan indikator yang tertinggi iaitu Kementerian Dalam Negeri serta Kementerian Penerangan, Komunikasi dan Kebudayaan. Kedua-dua kementerian ini dikesan tidak mempunyai hanya dua indikator sahaja. Kementerian Dalam Negeri dikesan tidak mempunyai indikator peta laman sesawang dan laporan tahunan, manakala Kementerian Penerangan, Komunikasi dan Kebudayaan dan Kementerian Pembangunan Wanita, Keluarga dan Masyarakat pula didapati tidak mempunyai indikator slogan dan laporan tahunan.

Sebaliknya, tiga kementerian yang mengaplikasikan indikator yang dikaji pada tahap terendah ialah Kementerian Pengangkutan, Kementerian Perdagangan Antarabangsa dan Industri, serta Kementerian Sains, Teknologi dan Inovasi. Kementerian Pengangkutan dikesan hanya menggunakan 14 daripada 26 indikator (54 peratus), Kementerian Perdagangan Antarabangsa dan Industri pula menggunakan 16 daripada 26 indikator (62 peratus), manakala Kementerian Sains, Teknologi dan Inovasi menggunakan 18 daripada 26 indikator (69 peratus).

Selain itu, dapatan kajian juga turut menunjukkan bahawa tidak terdapat perbezaan yang signifikan dari segi penggunaan strategi antara kesemua sepuluh kategori kementerian yang berbeza fungsi dan peranan. Ini menunjukkan bahawa perbezaan fungsi dan peranan antara kementerian tidak mempengaruhi jenis-jenis strategi pengekalan hubungan yang digunakan.

Secara umumnya, kajian ini menawarkan penyelesaian secara alternatif bagi beberapa isu dan permasalahan yang telah dibincangkan pada peringkat awal laporan kajian ini yang menyentuh tentang usaha untuk mengukuhkan hubungan antara kerajaan dan rakyat. Namun, secara khususnya ia menyentuh tentang potensi yang ada pada strategi pengekalan perhubungan yang dikemukakan oleh Hon dan Grunig (1999) untuk membina dan mengekalkan hubungan antara kerajaan dan rakyat melalui penggunaan laman sesawang.

Bagi memastikan kajian ini tidak tersasar daripada kedua-dua matlamat ini, maka empat objektif telah ditetapkan dalam kajian ini iaitu (1) menentukan bagaimana kementerian menggunakan strategi pengekalan hubungan dalam laman sesawang mereka, (2) mengenal pasti sama ada wujud perbezaan penggunaan strategi pengekalan hubungan antara kementerian yang mempunyai fungsi dan peranan yang berbeza, (3) menyediakan instrumen pengukuran yang dapat membantu kementerian membina dan mengekalkan hubungan dengan rakyat, dan (4) mencadangkan penambahbaikan bagi meningkatkan potensi laman sesawang kementerian untuk membina dan mengekalkan hubungan dengan rakyat.

Kajian ini mendapati bahawa kesemua objektif yang disenaraikan telah pun dipenuhi. Di samping itu, persoalan-persoalan kajian yang diwujudkan juga

telah dijawab secara rasional dan matang berdasarkan hasil kajian dan juga perbandingan dengan kajian-kajian yang terdahulu. Manakala kesemua hipotesis kajian juga telah diuji dan didapati bahawa tidak wujud perbezaan yang signifikan dari segi penggunaan strategi pengekal hubungan antara kementerian yang berbeza fungsi dan peranan.

Secara keseluruhannya, hasil kajian yang diperolehi menunjukkan bahawa terdapat dua kementerian yang berada pada kedudukan tertinggi kerana berjaya merealisasikan 24 daripada 26 indikator yang diuji dan kementerian tersebut ialah Kementerian Dalam Negeri dan Kementerian Penerangan, Komunikasi dan Kebudayaan. Manakala Kementerian Pengangkutan pula dikenal pasti berada pada kedudukan terendah kerana dikesan hanya mempunyai 14 daripada keseluruhan 26 indikator yang diuji. Jika dibandingkan dari segi indikator yang digunakan, terdapat dua indikator yang kurang diberikan perhatian oleh semua kementerian iaitu indikator laporan tahunan dan indikator slogan. Semua kementerian dikesan tidak mempunyai indikator laporan tahunan, manakala 21 kementerian dikesan tidak mempunyai indikator slogan. Secara kesimpulannya, dapatan ini menunjukkan bahawa majoriti kementerian yang dikaji benar-benar mengambil berat akan usaha membina dan mengekalkan hubungan dengan publik. Walau bagaimanapun terdapat juga beberapa kementerian yang masih ketinggalan dan usaha perlu digerakkan untuk memantapkan kandungan laman sesawang mereka.

Para pengkaji mengharapkan agar kajian ini dapat memberi sedikit sumbangan dalam bidang kesarjanaan walaupun dikenal pasti mempunyai beberapa limitasinya yang tersendiri. Di samping itu juga, para sarjana yang berminat untuk mengembangkan kajian berkaitan bidang ini boleh merujuk kajian ini bagi memperolehi sedikit gambaran tentang bidang yang ingin dikaji serta mengambil perhatian terhadap beberapa kelemahan yang telah dikenal pasti untuk diatasi pada masa hadapan.

About the Authors

Muhamad Fadhli Bin Zainul Abidin graduated from Master of Communication at School of Media and Communication, Faculty of Social Sciences and Humanities, Universiti Kebangsaan Malaysia. Dr. Emma Mirza Wati Mohamad is a senior lecturer at School of Media and Communication, Faculty of Social Sciences and Humanities, Universiti Kebangsaan Malaysia. She can be contacted at dr.emma.mohamad@gmail.com. Muhammad Harya Ramdhoni is a PhD student at the Political Science Program, School of History, Politics and Strategy, Faculty of Social Sciences and Humanities, Universiti Kebangsaan Malaysia.

Rujukan

- Arahan YAB Perdana Menteri No. 1. Tahun 2009. Gerakan Pemantapan Keutuhan Sistem Pengurusan Pentadbiran Kerajaan Malaysia: Penubuhan Jawatankuasa Keutuhan Tadbir Urus. Jabatan Perdana Menteri. <http://reg.upm.edu.my/reg/etc/JKTadbirUrus.pdf> [10 Jun 2012].
- Broom, G. M., Casey, S. & Ritchey, J. (1997). Towards the concept and theory of Organization-public relationship. *Journal of Public Relations Research* 9(2): 83-98.
- Baba, Alias. (1999). *Statistik Penyelidikan Dalam Pendidikan Dan Sains Sosial*. Bangi: Penerbit Universiti Kebangsaan Malaysia.
- Best, S. J. & Krueger, B. S. (2004). *Internet Data Collection*. California: Sage Publications, Inc.
- Bahtiar Mohamad, Hassan Abu Bakar & Saidatul Nizah Mat Tazin. (2005). *Perhubungan Awam: Amalan dan Strategi*. Singapura: Thomson Learning.
- BPA (Biro Pengaduan Awam). (2012). Statistik aduan. <http://www.pcb.gov.my/STATISTIK/2012/Mei/Laman%20Web%20Statistik%20Aduan%20Tahun%20%20Mei%202012%20BM.pdf>. [20 Jun 2012].
- BLISS (Bernama Library and Infolink Service). (2011). 18 Disember. Najib launches 1Malaysia TV, says information should be disseminated quickly. <http://blis2.bernama.com/mainHomeBypass.do> [28 Februari 2012].
- Gayeski, D. (1993). *Corporate Communication Management. The Renaissance Communicator In Information Age Organizations*. Massachusetts: Focal Press.
- Hon, L. C. & Grunig, J. E. (1999). *Guideline for Measuring Relationships in Public Relations*. Commission on Public Relations Measurement & Evaluation, Institute for Public Relations. University of Florida, November.
- Internet World Stats. (2012). *World Internet Usage And Population Statistics December 31, 2011*. <http://www.internetworldstats.com/stats.htm> [20 April 2012]

- Kamus Dewan. (2010). Edisi Baru. Kuala Lumpur: Dewan Bahasa dan Pustaka.
- Kementerian Pelancongan Malaysia. (2012). 1Malaysia International Shoe Festival 2012. [http://www.motour.gov.my / bm /media/ siaran - media/428-bigger – and - better-q1malaysia-international-shoe-festival-2012q.html](http://www.motour.gov.my/bm/media/siaran-media/428-bigger-and-better-q1malaysia-international-shoe-festival-2012q.html). [2 Julai 2012].
- Kim, I. & Kuljis, J. (2010). Applying content analysis to web-based content. *Journal of Computing and Information Tehcnology* 4: 369-375.
- Krippendorff, K. (2004). *Content Analysis: An Introduction to Its Methodology*. California: Sage Publications, Inc.
- Ledingham, J. A. & Bruning, S. D. (1998). Relationship management in public relations: dimensions of an organization-public relationship. *Public Relations Review* 24(1): 55-65.
- MAMPU. (1982). Pekeliling Am Bil. 2 Tahun 1982. Organisasi Kementerian-kementerian. <http://www.mampu.gov.my/pdf/PAm/pa021982.pdf> [11 Mac 2012]
- Mohd Hamdan Adnan. (2008). Perhubungan awam sektor awam semakin mencabar: antara tanggungjawab, peluang dan kepercayaan. Kertas kerja Seminar Perhubungan Awam Jabatan Penerangan Malaysia, Prince Hotel and Residence, Kuala Lumpur, 14 November 2008. <http://www.iprm.org.my/resources/articles/25-perhubungan-awam-sektor-awam-semakin-mencabar-antara-tanggungjawab-peluang-dan-kepercayaan> [2 April 2012].
- Mohamed Kirat. (2007). Promoting online media relations: public relations departments' use of internet in the UAE. *Public Relations Review* 33: 166-174.
- Mohd Syafiq Abdullah & Zulkapli bin Mohammed. (2007). Public Sector ICT Management Review 1(1): 25-34.
- Neuendorf, K. A. (2002). *The Content Analysis Guidebook*. California: Sage Publications, Inc.
- Timmers, P. (2000). *Electronic Commerce: Strategies and Models for*

Business-

to-Business Trading. West Sussex: John Wiley & Sons Ltd.

Utusan Online. 2010. 10 Mac. Memeta wawasan melaksana amanah.
http://www.utusan.com.my/utusan/info.asp?y=2010&dt=0310&pub=Utusan_Malaysia&sec=Rencana&pg=re_01.htm [28 Februari 2012].