

## Aplikasi Lensa Teori Konstruksi Sosial dan Teori Pengaruh Sosial Bagi Mengkaji Faktor Penggunaan *WhatsApp* Sebagai Medium Komunikasi Organisasi

CHE SU BINTI MUSTAFFA  
*Universiti Utara Malaysia*

CHE HASNIZA CHE SOH  
*Universiti Malaysia Terengganu*

ZURAIDAH ABU TALIB  
SUHAINI MUDA  
*Universiti Utara Malaysia*

### ABSTRAK

Teori Konstruksi Sosial mengandaikan perkembangan teknologi komunikasi dalam organisasi menyebabkan kakitangan organisasi berkongsi makna dan tindakan sebagai respon terhadap teknologi berkenaan. Manakala, Teori Pengaruh Sosial pula menerangkan bagaimana penggunaan aplikasi teknologi baharu seperti media sosial mempengaruhi persekitaran. Kedua-dua teori ini menekankan bahawa penggunaan media sosial seperti *WhatsApp* telah mengambil alih peranan komunikasi tradisional dan kini menjadi medium utama dalam komunikasi organisasi. Sehubungan itu, kajian ini dijalankan bertujuan untuk mengenal pasti faktor penerimaan *WhatsApp* sebagai medium interaksi antara kakitangan berdasarkan kepada andaian yang terdapat di dalam kedua-dua teori berkenaan. Kajian ini secara khususnya mengaplikasikan kaedah kualitatif bagi tujuan memahami fenomena penggunaan *WhatsApp* sebagai medium interaksi. Data diperolehi melalui temubual mendalam dengan kakitangan pengurusan peringkat pertengahan di sebuah universiti awam. Kesemua informan merupakan kakitangan yang telah berkhidmat melebihi lima tahun dan menggunakan *WhatsApp* untuk urusan berkaitan dengan kerja. Transkripsi temubual dianalisis menggunakan analisis tematik berdasarkan Teori Konstruksi Sosial dan Teori Pengaruh Sosial. Hasil kajian menunjukkan bahawa gabungan faktor konstruksi sosial dan pengaruh sosial dapat menjelaskan tentang faktor penggunaan *WhatsApp* serta implikasinya dalam kalangan kakitangan organisasi. Kajian ini menyumbang kepada pengukuhan andaian yang terdapat dalam Teori Konstruksi Sosial iaitu fleksibiliti interpretatif, toleransi, sosio budaya, dan kestabilan, serta andaian yang terdapat dalam Teori Pengaruh Sosial iaitu pematuhan, identifikasi, dan internalisasi. Kajian ini juga telah menyumbang kepada penambahan kajian berkaitan dengan penggunaan teknologi komunikasi serta mengukuhkan teori yang berkaitan dengan aspek berkenaan.

**Kata kunci:** *Media sosial, WhatsApp, kajian kualitatif, teori konstruksi sosial, teori pengaruh sosial.*

## Lens Application of Social Construction Theory and Social Influence Theory to Examine the Factors of WhatsApp Usage as an Organizational Communication Medium

### ABSTRACT

Social Construction Theory assumes that the development of communication technology in the organization causes the organization's staff to share meanings and actions responding to the technology. Meanwhile, the Theory of Social Influence explains the impact of new technology

applications such as social media usage affects the environment. These theories emphasise that social media such as *WhatsApp* has taken over traditional communication and become one of the primary communication channels in the organization. Accordingly, based on the assumptions found in both theories, this study was conducted to identify the determinants of *WhatsApp* acceptance as a medium of interaction between staff in an organization. Specifically, this study applies a qualitative method to examine *WhatsApp* usage as a medium of interaction. Data were obtained through in-depth interviews with the middle-level management staff at a public university. All informants were the staff members who have served the university for more than five years and have used *WhatsApp* for work-related matters. The interview transcription was analysed using the thematic analysis based on the assumptions of both theories. The research finding shows that the combination of both theories were able to explain the factor of *WhatsApp* usage and its implications among the staff in the organization. Therefore, this study has contributed towards the strengthening of the assumptions found in the Theory of Social Construction that is interpretive flexibility, tolerance, socio-cultural and stability, and also in the Theory of Social Influence which is compliance, identification, and internalization. In addition, this study has also contributed to studies related to communication technology usage and strengthening the theories related to these aspects.

**Keywords:** *Social media, WhatsApp, qualitative study, social construction theory, social influence theory.*

## PENGENALAN

Dalam tahun 2020, Kim dan Kim menegaskan bahawa pengenalan kepada teknologi komunikasi dan maklumat mendatangkan perubahan kepada organisasi. Salah satu dari perubahan berkenaan ialah berkaitan dengan paradigma berinteraksi melalui penggunaan teknologi yang turut mendatangkan pelbagai kesan terhadap anggota masyarakat dan organisasi. Sebelum pengenalan kepada penggunaan teknologi komunikasi dalam sesebuah organisasi, tatacara interaksi banyak dilakukan melalui penggunaan komunikasi bersemuka seperti perbincangan, mesyuarat, arahan kerja atau komunikasi berperantara seperti memo, dan surat menyurat. Namun begitu, penggunaan teknologi komunikasi telah mengubah pola komunikasi terutama dalam tatacara berinteraksi dalam organisasi. Perubahan dalam tatacara berinteraksi melalui penggunaan teknologi ini seterusnya mendatangkan kesan terhadap kakitangan organisasi seperti perubahan pola kerja (Wayne & Ramiro, 2016), kepuasan komunikasi, kepuasan kerja (Kazakov, Ruiz-Alba, & Muñoz, 2021), dan prestasi pekerja dalam sesebuah organisasi (Hermawan & Suharnomo, 2020).

Sejajar dengan perkembangan perubahan pola interaksi ini turut membawa kepada perbahasan berkaitan dengan teori. Antara teori yang sering dikaitkan dengan perkembangan dan penerimaan teknologi ialah teori konstruksi sosial dan teori pengaruh sosial. Kedua-dua teori ini mempunyai andaian yang tersendiri dalam membincangkan tentang faktor penerimaan teknologi dan kesan penerimaan teknologi terhadap organisasi dan pekerja. Lantaran itu, bahagian selanjutnya akan membincangkan tentang latar belakang kepada kajian ini.

## LATAR BELAKANG KAJIAN

Setiap masyarakat mempunyai pola komunikasi sistem maklumat yang tersendiri dan persekitaran media boleh mempengaruhi tingkah laku sosial dan konsep pengetahuan. Sistem maklumat ini memainkan fungsi penting antara lain untuk mendidik, menghibur, memberitahu serta membujuk. Antara sumber maklumat berkenaan ialah sumber interpersonal iaitu ibu bapa, rakan, jiran, saudara mara dan pemimpin pendapat. Menyaingi

peranan sumber interpersonal dalam menyalurkan maklumat kepada individu dan kumpulan masyarakat ialah penggunaan teknologi media massa seperti radio, televisyen, dan surat khabar. Mutakhir ini, perkembangan teknologi komunikasi maklumat sebagai sumber maklumat turut banyak diperkatakan. Salah satu dari kewujudan yang penting berkaitan dengan teknologi komunikasi dan maklumat adalah kemunculan pelbagai platform media sosial.

Media sosial melibatkan beberapa elemen penting yang terdiri daripada himpunan laman web, perkhidmatan, dan aktiviti yang menjalankan beberapa proses termasuk proses kolaborasi, perkongsian dan pengdemokrasian pengguna Internet (Junco, Heiberger, & Loken, 2011). Media sosial adalah platform interaksi sosial yang melibatkan satu cabang komunikasi baharu yang terhasil daripada persekitaran komunikasi yang biasa. Lokus komunikasi menerusi media sosial adalah tidak terbatas. Fenomena ini telah mengubah cara interaksi di dalam organisasi, komuniti, dan individu.

Tambahan pula, media sosial mempunyai kuasa yang luar biasa bagi membantu organisasi misalnya untuk membina penjenamaan produk menerusi rangkaian jaringan serta komunikasi dan penstrukturan komuniti (Erdoğan & Çiçek, 2012). Hal ini merupakan satu fenomena yang memerlukan penelitian berterusan. Lantaran itu, kajian ini dilakukan bertujuan untuk meninjau faktor dan implikasi penggunaan salah satu daripada media sosial yang banyak digunakan pada masa kini iaitu aplikasi *WhatsApp* berdasarkan perspektif teoritikal.

Persekitaran media sosial merupakan sistem mesej yang kompleks dan boleh mempengaruhi manusia untuk berfikir, merasa dan bertindak laku dengan cara yang tertentu (Pang, 2021). Sebagai contoh, teks mel elektronik tidak memasukkan maklumat visual dan oral. Hal ini menyebabkan cara manusia berkomunikasi melalui mel elektronik berbeza dengan cara berkomunikasi secara bersemuka. Untuk melengkapkan mel elektronik yang mempunyai kekurangan dari segi visual dan komunikasi oral, emotikon dibina dan ciri kemanusiaan diwujudkan dalam karakteristik stail penulisan. Begitu juga dengan penciptaan *WhatsApp* yang mempunyai ciri-ciri tersendiri supaya pengguna masih lagi bertindak laku dengan cara yang sama dalam persekitaran komunikasi melalui perantaraan teknologi dan ketika berkomunikasi dengan cara bersemuka.

Aplikasi *WhatsApp* menjadi popular kerana ciri-cirinya yang memudahkan pengguna untuk berinteraksi dengan cepat dan berkesan. Aplikasi *WhatsApp* juga membolehkan pengguna berkomunikasi dalam masa sebenar, melakukan pengesanan status mesej dari segi penerimaan, serta pengguna boleh mengambil bahagian dalam perbincangan yang dibuat melalui kumpulan *WhatsApp* (Nobre, Ferreira, & Almeida, 2021). Aplikasi berkenaan turut dilengkapi dengan imej, video, suara, keupayaan melampirkan dokumen, boleh memadam sebarang mesej yang telah dihantar, dan pelbagai ciri lain yang membantu komunikasi menjadi lebih berkesan. Majoriti pemilik telefon pintar kini menggunakan aplikasi ini, sehingga menjadikan komunikasi melalui *WhatsApp* popular sebagai medium perantaraan komunikasi dalam organisasi.

Penggunaan media sosial seperti *WhatsApp* telah digunakan secara meluas, bukan sekadar untuk aktiviti sosial semata-mata, tetapi telah menjadi alat untuk pengurus menyampaikan maklumat dan arahan kepada pekerja. Kajian mendapati penggunaan *WhatsApp* dalam sesebuah kumpulan kerja berupaya meningkatkan interaksi di antara pekerja (Pinto, Garcia & Tenório, 2017), dan dengan interaksi yang lebih kerap dan rapat dapat meningkatkan penglibatan pekerja (Ariffin & Omar, 2018).

Lantaran cirinya yang sebegini, aplikasi *WhatsApp* telah menjadi perkhidmatan pesanan teks mudah alih terbesar di dunia dan popular seperti di Afrika Selatan, Argentina, Singapura, Hong Kong, Sepanyol, dan termasuklah di Malaysia (Noa & Taly, 2016; Saleh, 2018). Penggunaan *WhatsApp* secara meluas dalam organisasi telah menjadikan *WhatsApp* sebagai alat untuk pengurus menyampaikan maklumat dan arahan kepada pekerja. Hal ini kerana *WhatsApp* boleh menyalurkan maklumat dengan cepat, tanpa mengira masa di samping kos yang rendah. Kajian-kajian lepas berkaitan dengan *WhatsApp* mengesahkan bahawa penggunaan aplikasi *WhatsApp* mampu menjadi alternatif kepada medium komunikasi formal di dalam organisasi (Mustaffa, Omar & Che Soh, 2019; Mohamad Salleh, Ekhwan & Salman, 2019). Ciri-ciri bukan lisan seperti emoji *smiley* juga menambahkan lagi tarikan kepada penggunaan aplikasi ini (Annamalai & Abdul, 2017).

Berdasarkan perbincangan di atas, persoalan yang dikemukakan dalam kertas kerja ini ialah apakah elemen konstruksi sosial yang wujud dalam konteks penggunaan *WhatsApp* sebagai alat komunikasi organisasi dan apakah elemen pengaruh sosial yang boleh dikaitkan dengan penggunaan *WhatsApp*. Kedua-dua persoalan ini akan dijawab melalui perspektif dua teori utama iaitu Teori Konstruksi Sosial dan Teori Pengaruh Sosial yang akan dibincangkan di bahagian selanjutnya.

#### TEORI KONSTRUKSI SOSIAL

Teori Konstruksi Sosial juga dikenali sebagai Teori Pembinaan Sosial. Teori ini digunakan untuk menafsirkan dunia sosial dan meningkatkan pemahaman tentang bagaimana anggota masyarakat, kumpulan dan individu mewujudkan, menyedari, dan menghasilkan semula keadaan dan struktur sosial selaras dengan keperluan mereka.

Teori Konstruksi Sosial mengandaikan bahawa teknologi terbentuk untuk memenuhi keperluan manusia (Fulk, 2017). Teknologi perlu difahami dalam konteks bagaimana sesebuah teknologi itu berhubung dengan konteks sosial iaitu dalam persekitaran sosial masyarakat. Konstruksi sosial juga mengandaikan bahawa setiap individu dan masyarakat memiliki kuasa terhadap teknologi iaitu dalam menentukan sama ada teknologi bermanfaat atau tidak.

Teori ini dikatakan bermula dari andaian tentang basikal yang pada mulanya direkabentuk untuk lelaki dan kemudiannya mengalami perubahan iaitu diubahsuai untuk kegunaan kaum wanita selaras dengan gerakan feminisme (Patel, Sunkara, & Ajay, 2019). Asal-usul Teori Konstruksi Sosial dapat ditelusuri dengan paradigma sains sosial interpretatif (Berger & Luckmann, 1967) atau paradigma dialog (Edvardsson, Tronvoll & Gruber, 2011) yang menjelaskan tentang proses individu menerangkan sesuatu perubahan dari perspektif mereka sendiri. Paradigma ini mempunyai akar falsafah teras hermeneutik dan fenomenologi (Boland, 1985). Hal ini bermakna bahawa satu-satunya cara untuk memahami realiti adalah melalui konstruksi sosial yang dapat diartikulasikan sebagai hasil daripada aktiviti manusia.

Teori Konstruksi Sosial menganggap manusia mempunyai potensi untuk belajar, menyesuaikan diri, dan membuat pilihan berdasarkan struktur sosial dan sistem. Makna inovatif yang eksplisit bergantung kepada bagaimana manusia memahami interaksi sosial. Untuk memahami makna interaksi sosial, adalah perlu untuk mengenali ciri unik konteks interaksi sosial berlaku. Dalam hal ini, Berger dan Luckmann (1967) telah membangkitkan perbincangan mengenai realiti objektif dan intersubjektif berbanding kenyataan objektif, dengan menyatakan bahawa semua pengetahuan dikembangkan, dihantar, dan dikekalkan dalam situasi sosial.

Teori Konstruksi Sosial Teknologi pula mengandaikan perkembangan teknologi komunikasi dalam organisasi menyebabkan kakitangan organisasi berkongsi makna dan tindakan melalui penggunaan teknologi komunikasi (Fulk, Schmitz, & Steinfield, 1990). Makna dalam konteks ini bermaksud pengertian yang diberikan terhadap teknologi yang baru diperkenalkan kepada kakitangan organisasi. Manakala, tindakan bererti tindak balas terhadap teknologi berkenaan oleh kakitangan organisasi. Contoh tindakan adalah seperti cuba menggunakan teknologi berkenaan atau cuba mengadaptasi teknologi yang diperkenalkan dalam konteks pekerjaan mereka. Kesemua perkara ini dapat diperhatikan berdasarkan sikap dan tindakan kakitangan berkenaan terhadap teknologi yang diperkenalkan (Fulk, Schmitz, & Steinfield, 1990).

Teori Konstruksi Sosial Teknologi juga menjelaskan bahawa masyarakat memanfaatkan dan menggunakan teknologi secara berbeza-beza sesuai dengan fungsi, latar belakang pengalaman, dan keperluan masing-masing (Fulk, Schmitz, & Steinfield, 1990). Contohnya, ketika aplikasi *Snapchat* dilancarkan pertama kali pada tahun 2011, golongan muda mula menggunakan *Snapchat* kerana ramai yang menggunakan aplikasi tersebut. Namun, apabila seseorang sudah berada dalam lingkungan yang majoriti menggunakan *Snapchat* dan sudah mengetahui fungsinya, lama kelamaan pengguna akan merasa *Snapchat* sebagai keperluan utama kerana mereka perlu melihat aktiviti rakan yang dimuatnaik di *Snapchat*.

Mengikut Klein dan Kleinman (2002) terdapat empat andaian dalam Teori Konstruksi Sosial Teknologi. Andaian pertama ialah fleksibiliti interpretatif. Konsep ini menunjukkan bahawa reka bentuk teknologi merupakan proses terbuka sehingga dapat menghasilkan sesuatu yang berbeza bergantung kepada keadaan sosial dari proses pembangunan teknologi itu sendiri. Hal ini bermaksud sesebuah artifak boleh berubah reka bentuk yang berbeza mengikut keperluan sesuatu kelompok dalam masyarakat.

Andaian teori yang kedua ialah teknologi memiliki hubungan yang relevan dengan kelompok sosial. Semua kelompok sosial mempunyai makna yang tersendiri terhadap sesuatu teknologi dan mewujudkan perkataan relevan iaitu mengakibatkan interpretasi yang berbeza terhadap sesuatu objek dalam konteks masyarakat yang berbeza. Setiap objek yang digunakan oleh masyarakat akan mengandungi makna dan erti yang tersendiri.

Andaian ketiga ialah artifak teknologi mencapai kestabilan apabila ciptaan teknologi yang berbeza melalui proses toleransi. Konflik selesai apabila reka bentuk teknologi tersebut tidak lagi menimbulkan masalah atau risiko dan kelompok pengguna sependapat bahawa tidak perlu terjadi pengubahsuaian lebih lanjut dan artifak berkenaan menjadi stabil.

Andaian keempat ialah konstruksi sosial teknologi mempunyai kaitan langsung dengan aspek sosial budaya dan politik di mana pembangunan artifak berkenaan berlangsung. Kelompok sosial memiliki pandangan yang berbeza dalam menentukan nilai sosial budaya dan politik sehingga cara kelompok sosial mengkonseptualisasikan artifak berdasarkan kepada nilai berkenaan.

Sehubungan itu, dapat dikatakan bahawa komunikasi itu sendiri adalah sebuah konstruksi. Komunikasi terbangun dalam sebuah sistem yang saling berkaitan antara satu sama lain. Komunikasi menggunakan teknologi komunikasi terus berkembang seiring dengan industri sebagai alat bagi proses komunikasi. Ada nilai interpretasi dan kepuasan di setiap penggunaan teknologi. Teknologi tidak akan boleh berdiri sendiri lantaran pergantungan kepada manusia, budaya, dan persekitaran organisasi untuk menerima, menggunakan, dan mengubah teknologi berkenaan sehingga mencapai tahap kestabilan.

Teori Konstruksi Sosial Teknologi menyatakan teknologi tidak menentukan tindakan manusia, tetapi, manusialah yang membentuk nilai daripada sebuah teknologi berdasarkan pemikiran (konstruksi) mereka (Pinch & Bijker, 1987).

Jika dikaitkan dengan teori tersebut, media sosial seperti *WhatsApp* adalah hasil dari pemikiran masyarakat terhadap perkembangan media informasi. Semakin tinggi keperluan masyarakat terhadap informasi, ianya akan membuatkan manusia terus menerus menciptakan teknologi yang semakin praktis dan canggih, serta dapat mengatasi jarak, ruang, dan waktu. Kecanggihan teknologi terkini juga berubah menjadi semakin dekat pada kesempurnaan seperti berkomunikasi secara bersemuka. Hal ini dibuktikan oleh Sirojjudin dan Irwansyah (2020) yang mengaplikasikan teori ini dalam meneliti pola penggunaan aplikasi kesihatan. Mereka mendapati bahawa konstruksi sosial yang terbentuk memperlihatkan representasi yang tepat dalam konteks di Indonesia, di mana akses kesihatan masih rendah. Penyelidik menyimpulkan pertumbuhan teknologi digital menawarkan infrastruktur penggunaan aplikasi menjadi lebih mudah dan media sosial memberikan gambaran manfaat dan keunggulan aplikasi ini.

Berdasarkan penjelasan ini, kita dapat memahami bagaimana “nilai” sesuatu produk teknologi pada suatu kelompok sosial tertentu berbeza dengan kelompok sosial lainnya karena perbezaan budaya kedua kelompok tersebut. Misalnya kecenderungan sesetengah ahli masyarakat dalam memaknai produk teknologi sebagai sebahagian daripada gaya hidup yang menghasilkan perbezaan nilai guna dengan masyarakat lain yang memperlakukan produk teknologi semata-mata sebagai instrumen. Perbezaan “makna” ini merupakan implikasi pada proses penyesuaian yang berbeza terhadap produk teknologi yang sama yang mempengaruhi proses perkembangan teknologi tersebut.

Kesimpulannya, pemaknaan teknologi di mata masyarakat adalah berdasarkan kepada keperluan dan tujuan masing-masing. Masyarakat menganggap media jaringan sosial merupakan hasil dari teknologi media baharu sebagai sebuah sarana yang dimanfaatkan oleh setiap individu dengan cara yang berbeza. Keseluruhan elemen ini membentuk andaian yang diutarakan dalam Teori Konstruksi Sosial yang menjadi asas kepada kajian ini. Perbincangan seterusnya menjurus kepada teori kedua yang akan diaplikasikan dalam konteks kajian ini iaitu Teori Pengaruh Sosial.

#### TEORI PENGARUH SOSIAL

Teori Pengaruh Sosial dicipta oleh Kelman (1958) yang menerangkan tentang proses di mana pendapat atau tingkah laku individu dipengaruhi oleh pendapat atau tingkah laku ahli lain dalam sesebuah kumpulan. Pengaruh sosial juga merangkumi andaian berkaitan cara individu mengubah tingkah laku mereka untuk memenuhi tuntutan persekitaran sosial. Pengaruh sosial berlaku dalam pelbagai bentuk seperti penyesuaian, sosialisasi, pengaruh rakan sebaya, kepatuhan, kepimpinan, pembujukan, perintah atau mengubah sikap dan tingkah laku mereka sebagai tindak balas kepada apa yang mereka anggap orang lain mungkin lakukan atau fikir.

Kelman (1958) turut menyatakan bahawa pengaruh sosial membawa perubahan terhadap sikap dan tindakan individu atau kumpulan, dan perubahan itu mungkin berlaku pada "tahap" yang berbeza. Perbezaan tahap perubahan ini boleh dikaitkan dengan perbezaan dalam proses di mana individu menerima pengaruh. Tahap berkenaan ialah:

- i. Pematuhan iaitu apabila seseorang individu kelihatan bersetuju dengan orang lain tetapi sebenarnya merahsiakan pendapat berbeza mereka.
- ii. Identifikasi iaitu apabila individu dipengaruhi oleh seseorang yang disukai dan dihormati.
- iii. Internalisasi iaitu apabila individu menerima kepercayaan atau tingkah laku dan bersetuju secara terbuka dan peribadi.

Teori Pengaruh Sosial berakar umbi dalam kajian awal tentang sikap dan persepsi. Menurut Kelman (1958), salah satu sebab utama mengapa orang lain boleh mempengaruhi persepsi dan pendapat seseorang adalah identifikasi yang dirasai individu dengan orang atau kumpulan yang lain. Identifikasi dikatakan berlaku apabila seseorang menganggap hubungan dengan komunikator lain menonjol. Jika seseorang individu ingin menjadi ahli kumpulan atau mengaitkan diri mereka dengan komunikator (individu atau kumpulan yang diwakili oleh individu itu), mereka mengamalkan tingkah laku atau sikap yang mereka anggap mewakili komunikator atau kumpulan berkenaan. Fenomena ini mewujudkan elemen kepatuhan terhadap kumpulan.

Kepatuhan terjadi apabila individu diterima dalam komuniti yang turut sama patuh kepada perubahan sosial (Kelman, 1958). Kepatuhan juga merujuk kepada identifikasi individu dengan ciri kumpulan (Burger, Soroka, Gonzago, Murphy, & Somervell, 2001). Antara daya tarikan seseorang untuk patuh kepada kumpulan adalah sifat fizikal sumber (daya tarikan fizikal) atau persamaan dalam nilai dan kepercayaan (persamaan ideologi) (Byrne, 1997; Shimp, 2003). Sebagai contoh, ciri fizikal komunikator yang menarik dijangka mempunyai pengaruh persuasif yang lebih kuat berbanding komunikator yang tidak menarik. Persamaan ideologi berpunca daripada pengalaman atau latar belakang yang serupa seperti aspek pendidikan, kerjaya, kewarganegaraan, agama dan lain-lain yang mungkin menghasilkan cara berfikir, kepercayaan dan pilihan yang sama. Hal ini turut menjadi pengaruh sosial kepada identifikasi seseorang untuk menganggotai sesuatu kumpulan (Spears, 2021).

Teori ini turut mengandaikan terdapat dua keperluan psikologi yang membuatkan individu akur kepada jangkauan orang lain iaitu pengaruh sosial bermaklumat dan keperluan untuk disukai. Pengaruh sosial bermaklumat adalah keperluan untuk menerima maklumat daripada orang lain sebagai bukti kepada realiti. Pengaruh maklumat menjadi penting apabila seseorang merasa gusar kerana rangsangan ketidakpastian wujud dalam diri individu. Pengaruh normatif sosial pula adalah keperluan untuk menyesuaikan diri dengan jangkauan positif orang lain.

Antara kajian yang meneliti penerimaan teknologi dengan mengaplikasikan andaian teori ini ialah kajian oleh Muhamad (2015) yang mengkaji tentang gelagat individu berbelanja secara atas talian. Muhamad (2015) mendapati pengaruh sosial mempunyai kesan yang positif terhadap keinginan bertingkah laku. Alalwan, Dwivedi dan Rana (2017) sebaliknya mendapati teori berkenaan tidak mempunyai pengaruh terhadap tingkah laku penggunaan perbankan Internet. Kajian berkaitan dengan pengaruh sosial turut mendapati bahawa pengaruh sosial normatif adalah kuat apabila individu menjadi ahli kepada kumpulan yang mempunyai tingkah laku dan tindakan yang seragam dan boleh dikenalpasti. Sehubungan itu, penerima mesej cenderung membuat spekulasi bahawa mereka berkongsi lebih banyak persamaan dengan orang yang serupa secara ideologi, dan mungkin mempunyai persamaan sikap dan membuat keputusan yang serupa.

Namun begitu, teori awal tentang penerimaan dan penggunaan teknologi komunikasi dipertikaikan dalam mempertimbangkan perspektif pematuhan normatif sosial dengan mengabaikan proses pengenalanpastian dan penghayatan pengaruh sosial. Norma subjektif dihuraikan sebagai satu konseptualisasi dominan tentang pengaruh sosial dan cara ia beroperasi melibatkan penekanan tipikal pada pematuhan. Norma subjektif ialah andaian yang terdapat dalam beberapa model tingkah laku seperti Teori Tingkah Laku Terancang dan Teori Tindakan Beralasan. Kedua teori ini bagaimanapun terhad kepada membincangkan hanya satu aspek pengaruh sosial, iaitu aspek pematuhan semata-mata. Ini mungkin tidak dapat meramalkan hubungan sebenar antara kepercayaan dan tingkah laku pengguna teknologi kerana wujud faktor-faktor lain yang mempengaruhi penerimaan teknologi. Oleh itu, Kelman (1958) dan Spears (2021) menambah perspektif proses sosialisasi iaitu pematuhan, identifikasi dan internalisasi untuk memberikan impak bersepadu dalam membuat penelitian berkaitan dengan penerimaan teknologi. Mereka percaya bahawa kesan pengaruh sosial berasaskan pematuhan mungkin berkurangan dari semasa ke semasa, manakala kesan identifikasi dan internalisasi akan berterusan dalam tempoh yang lebih lama.

Oleh itu, kajian berkaitan proses pengaruh sosial menunjukkan bahawa pengaruh sosial mungkin berbeza dengan ketara merentas kumpulan dalam organisasi. Sehubungan itu, ketiga-tiga konsep yang dikemukakan oleh teori ini akan digunakan untuk menganalisis data kajian.

#### KAEDAH KAJIAN

Reka bentuk kajian yang digunakan adalah kaedah kualitatif melalui temubual secara berstruktur bagi menjawab persoalan kajian. Kaedah temubual secara mendalam membolehkan pengkaji memahami informan serta maklumat yang diberikan dengan lebih jelas. Hasil temubual yang diperolehi secara lisan termasuklah pergerakan badan responden adalah penting untuk dianalisis. Kesemua tindakan akan dicatat satu demi satu supaya dapat memberikan gambaran keseluruhan data dengan lebih relevan.

##### *a. Populasi dan Persampelan*

Populasi kajian ini melibatkan kakitangan pengurusan peringkat pertengahan di sebuah universiti awam. Informan kajian terdiri daripada pengurus pertengahan berjawatan Penolong Pendaftar di mana-mana unit yang terdapat di jabatan yang dipilih. Memandangkan *WhatsApp* digunakan secara meluas oleh kakitangan di universiti berkenaan, pemilihan informan menjadi lebih mudah.

Teknik persampelan yang digunakan dalam kajian ini adalah berdasarkan kepada teknik persampelan bertujuan iaitu merujuk kepada prosedur persampelan di mana sekumpulan subjek yang mempunyai ciri tertentu sahaja dipilih sebagai informan (Miles & Huberman, 1994; Palinkas, Horwitz, Green, Wisdom, Duan, & Hoagwood, 2013; Campbell, Greenwood, Prior, Shearer, Walkem, Young, Bywaters, & Walker, 2020). Ciri berkenaan ialah pengguna *WhatsApp* serta menjadi anggota kepada beberapa kumpulan *WhatsApp* tertentu.

Namun begitu, teknik persampelan begini bukan merupakan sampel rawak dan hasil kajiannya tidak dapat mewakili semua dalam populasi berkenaan. Keputusan kajian hanya mewakili kumpulan subjek kajian yang dipilih sahaja sejajar dengan objektif penggunaan kaedah kualitatif.



Setelah penyelidik mengenal pasti semua jabatan yang diketuai oleh pengurus pertengahan yang berjawatan penolong pendaftar, pengkaji menulis surat rasmi kepada pihak berkenaan bagi menyatakan hasrat dan tujuan kajian. Sejumlah tiga belas (13) orang Penolong Pendaftar memberikan maklum balas yang positif dan bersetuju untuk terlibat dengan kajian. Penyelidik kemudiannya mengatur temujanji dengan informan bagi tujuan melakukan temubual.

#### *b. Protokol Temubual*

Satu protokol temubual telah dibentuk oleh pengkaji bagi menjawab persoalan kajian.

Antara soalan yang ditanya di dalam protokol berkenaan meliputi:

- i. Pada pandangan anda, mengapakah media sosial seperti *WhatsApp* digunakan untuk menyampaikan maklumat di dalam sesebuah organisasi?
- ii. Apakah kelebihan dan kelemahan media sosial dalam penyampaian maklumat?
- iii. Apakah tujuan anda menggunakan *WhatsApp*? Apakah faktor yang mendorong anda untuk menggunakan atau memiliki *WhatsApp*?
- iv. Kenapa anda memilih gambar profil sedia ada ini di *WhatsApp*?
- v. Adakah profil yang anda gunakan di *WhatsApp* selaras dengan identiti anda? Jika tidak, kenapa?
- vi. Adakah jalinan hubungan melalui *WhatsApp* mempunyai kesan yang besar terhadap diri, pekerjaan dan kehidupan anda? Jika Ya, kenapa?
- vii. Bagaimana anda menilai penyampai maklumat dan kualiti maklumat yang diperolehi daripada *WhatsApp*?
- viii. Selain daripada kebolehpercayaan, tafsiran dan perkaitan tentang sesuatu maklumat, apakah kriteria-kriteria lain yang diperlukan dalam menilai maklumat di *WhatsApp*?

Keseluruhan temubual mengambil masa satu hingga satu setengah jam. Informan dimaklumkan terlebih dahulu bahawa temubual akan dirakamkan bagi tujuan transkripsi. Segala maklumat yang dikongsikan dianggap sulit dan akan digunakan untuk tujuan kajian sahaja. Selain itu, pengkaji turut memohon kebenaran untuk menghubungi informan semula bagi menyemak temubual yang telah ditranskripsi.

Dari segi kesahan, penyelidik juga mengambilkira aspek ketepuan data. Ketepuan data berlaku apabila perbincangan atau maklumat yang sama diulang kembali oleh informan. Dalam konteks kajian ini, ketepuan data dicapai pada informan yang kesebelas tetapi pengkaji meneruskan juga temubual memandangkan temujanji telah dilakukan. Pengulangan maklumat digunakan sebagai aspek pengukuhan kepada data yang sedia ada dan meningkatkan lagi kesahihan dan kepercayaan terhadap data yang diperolehi.

#### *c. Analisis Data*

Setelah proses temu bual dijalankan, pembantu penyelidik diberikan tanggungjawab untuk membuat transkripsi setiap temubual yang dijalankan. Setiap ayat dan perkataan yang disebut oleh informan adalah diambil kira bagi tujuan transkripsi. Hal ini kerana setiap ayat dan perkataan tersebut menjadi elemen penting untuk menjawab persoalan kajian yang dibentuk. Data dianalisis menggunakan analisis tematik dan sebanyak tujuh (7) tema telah dikenalpasti berdasarkan kepada teori konstruksi sosial dan teori pengaruh sosial iaitu:

- i. Fleksibiliti interpretatif: reka bentuk teknologi iaitu *WhatsApp* merupakan proses terbuka sehingga dapat menghasilkan keperluan untuk menggunakan teknologi berkenaan dalam kalangan kakitangan organisasi yang dikaji.
- ii. Hubungan yang relevan dengan kelompok sosial: di mana kakitangan mempunyai makna yang tersendiri terhadap *WhatsApp* dan relevansi iaitu mengakibatkan interpretasi yang berbeza terhadap penggunaan *WhatsApp* bagi kakitangan yang berbeza.
- iii. Kestabilan penggunaan melalui proses toleransi: rekabentuk teknologi *WhatsApp* tidak lagi menimbulkan masalah, tidak perlu terjadi pengubahsuaian lebih lanjut dan penggunaan *WhatsApp* menjadi stabil.
- iv. Konstruksi sosial: *WhatsApp* mempunyai kaitan langsung dengan aspek sosial budaya dan politik yang diamalkan oleh organisasi.
- v. Pematuhan: apabila seseorang individu dikenal pasti bersetuju dengan orang lain tetapi sebenarnya merahsiakan pendapat mereka yang berbeza.
- vi. Identifikasi: apabila penggunaan *WhatsApp* dipengaruhi oleh seseorang yang disukai dan dihormati.
- vii. Internalisasi: apabila individu menerima tingkah laku atau tatacara berinteraksi menggunakan *WhatsApp* dan bersetuju secara terbuka dan peribadi dengan tatacara berinteraksi berkenaan.

#### *d. Proses Pengkodan*

Proses pengkodan melalui dua tahap iaitu pra-koding bagi menilai korelasi antara koder yang terlibat dan proses koding sebenar. Bagi tujuan mendapatkan nilai korelasi, pengkaji telah menggunakan data pra-kajian iaitu temubual dengan dua (2) orang informan yang dilakukan sebelum kerja lapangan sebenar. Nilai korelasi antara koder mendapati  $r=.75$  yang menunjukkan bahawa kategori yang dibentuk adalah stabil dan boleh digunakan untuk menganalisis data sebenar kajian.

Pengkaji meneruskan analisis manuskrip kajian sebenar ke atas 13 manuskrip dan hasil analisis dibincangkan di bahagian selanjutnya.

### HASIL KAJIAN DAN PERBINCANGAN

Bahagian ini membincangkan tentang hasil kajian yang diperolehi. Seperti yang dimaklumkan di bahagian awal, persoalan yang dikemukakan dalam kajian ini ialah apakah elemen konstruksi sosial yang wujud dalam konteks penggunaan *WhatsApp* sebagai alat komunikasi organisasi dan apakah elemen pengaruh sosial yang boleh dikaitkan dengan penggunaan *WhatsApp*. Persoalan kajian ini dijawab dengan mengaplikasikan andaian teori konstruksi sosial dan teori pengaruh sosial.

#### *a. Fleksibiliti Interpretatif*

Reka bentuk teknologi merupakan proses terbuka sehingga dapat menghasilkan sesuatu yang berbeza bergantung kepada keadaan sosial dari proses pembangunan teknologi itu sendiri. Petikan yang selari dengan takrifan ini diperolehi dari informan berikut:

Ok kalau kelebihan ermhhh saya ni memang jenis yang suka benda benda teknologi ni. Memang banyak membantu kerja kerja saya, contohnya kalau hari ni la kan, ermhhh kalau saya di SACC, saya kena *handle* banyak bendalah. Macam pagi ni saya ada *meeting* di Pendaftar, pada masa yang sama kena *arrange* untuk communicate dengan staf saya kat sini sama. Haaaa jadi dari situ, *WhatsApp* ni sangat la membantu saya bila diperlukan dalam dua keadaan berbeza macam tu. (Informan 10)

Penggunaan *WhatsApp* juga adalah fleksibel kerana membolehkan responden menyesuaikan masa untuk memberikan maklum balas bersesuaian dengan situasi peribadi beliau seperti yang dijelaskan oleh informan berikut:

Kadang kadang tu *mood* kita tengah *stress* sampai mesej yang memerlukan kita untuk membuat tafsiran pula, saya ambil pendekatan dengan *take time* sikit, ambil masa sikit, bila saya rasa dah lapang sikit baru saya jawab la *based on* apa yang saya tau. Kadang tu kalau rasa *urgent* macam mana pun, *time* tu pula kerja saya melambak, saya akan buat tak tahu jelah. (Informan 12)

Informan 1 menyenaraikan ciri mudah digunakan serta mudah diakses merupakan antara ciri fleksibiliti yang menyebabkan beliau menggunakan *WhatsApp*:

Ermhhh sebab saya rasa ia lebih mudah, *accessible*, errrrr sebab ia *internet based*. So di dalam organisasi tu, boleh kata *hundred percent* la, semua la dikatakan akses kepada internet, dan so kalau nak menyampaikan mesej melalui *WhatsApp* tu nampak lebih mudah, lebih cepat. (Informan 1)

Mudah, murah dan cepat merupakan kelebihan yang dinyatakan oleh Informan 9. Beliau menekankan kepada kepentingan komunikasi bersemuka dan kritikal dalam memperkatakan tentang penggunaan emoji sebagai gambaran emosi seseorang ketika menyampaikan mesej melalui *WhatsApp*.

Tak perlu nak buat *video conferencing* apa semua, kalau kita tengok zaman sebelum ada Internet dulu buat apa apa keputusan kena secara bersemuka semua. Tapi la ni makin canggih tak perlu dah semua tu, *just WhatsApp* je yang boleh gantikan dah semua tu. Dia dia sebenarnya aplikasi yang lebih *simple*. Salah satu lagi sebab murah. Pada masa yang sama boleh bantu untuk capai keputusan jugak. Dengan syaratnya *WhatsApp* tu digunakan dengan baik lah. (Informan 9)

Medium yang fleksibel ini juga dikaitkan dengan nilai peribadi kepada Informan 10:

Ok, saya jenis yang memang jenis orang yang jujur, yang *straightforward*. So semua media sosial yang saya ada dan guna saya letak gambar saya sendiri. Pada saya ianya bagus untuk memudahkan orang. Saya ni jenis yang memang suka *proposed* diri saya. (Informan 10)

### b. Hubungan yang Relevan

Penggunaan *WhatsApp* juga mempunyai makna yang tersendiri pada setiap informan kajian seperti mana yang diandaikan oleh teori ini. Misalnya, informan 3 menyatakan:

Ermmmm saya rasa takde dah tujuan lain, errr pasai dia ada juga untuk group sosial ni, contoh macam saya ada group kelab golf universiti yang macam tu lebih kepada sosial lah. Macam tanya bila nak main golf, semua tu kan, so ermddd satu tujuan untuk tujuan rasmi sebagai bekerja dan satu lagi untuk tujuan aktiviti-aktiviti sosial lah. (Informan 3)

Bagi Informan 4, penggunaan *WhatsApp* lebih kepada tujuan kerja dan silaturrahim:

Kalau saya memang untuk kerja jelah. Ermddd memang *basically* untuk kerja lah. Ermddd kadang-kadang orang cakap Facebook ni dia macam mengeratkan hubungan dengan orang lama-lama ni, kawan-kawan sekolah ni. Lepas tu kalau *WhatsApp* ni kadang-kadang macam nak ajak lepak-lepak dengan kawan ka *time weekend*, jadi lebih senang lah. Ia lebih tujuan apa ni ermddd silaturrahim lah kalau kata Facebook dengan *WhatsApp* ni. (Informan 4)

Pandangan ini turut disokongan oleh Informan 6:

Contoh saya ada group keluarga, di Terengganu. Asalnya group tu *dicreate* untuk mengeratkan hubungan kekeluargaan antara orang Kedah dengan Terengganu. Tapi disalahgunakan oleh sesetengah pihak tu untuk meniaga barang-barang. Jadi kita akan pikiaq, dia ni kita akan pikiaq dia ni nak meniaga ni, tu sebab buat group ni. (Informan 6)

Selain itu, Informan 7 turut memberikan pandangan yang sama iaitu:

Kalau yang positifnya, dari segi hubungan manusia dengan manusia, kalau hubungan sosial ni, kalau kita ni pandai memilih, saya rasa ianya sangat berguna. Kalau dulu banyak benda yang kita tak tau, di sekeliling kita yang secara tak langsung bagi *knowledge* pada kita. Dulu, kalau kita nak tau pasal *knowledge*, kita kena cari buku, cari guru, cari orang yang mahir dalam hal yang kita nak nak tu. (Informan 7)

### c. Proses Toleransi

Tema ini menggambarkan proses yang dilalui oleh pengguna sebelum penggunaan *WhatsApp* menjadi lumrah dalam kehidupan mereka seharian. Salah satu dari proses yang perlu dilalui ialah toleransi untuk menerima penggunaan teknologi berkenan dan melakukan pengubahsuaian yang perlu.

Situasi ini dijelaskan oleh Informan 3 yang mengatakan bahawa antara proses yang perlu dilalui oleh beliau dalam menggunakan *WhatsApp* ialah perlu sentiasa berwaspada:



Alhamdulillah hari ni pusat pengajian ada buat ini, ini, ini. Yang tu pun cukup dah. (Informan 9)

Toleransi dalam konteks penggunaan *WhatsApp* melibatkan semakan sumber mesej yang diterima seperti yang dinyatakan oleh Informan 6, Informan 4 dan Informan 13:

Haa biasa saya akan semak dulu lah macamana. Semak dulu sumber dari mana, sahlah ke dak baru saya berani nak sebarkan maklumat tu pada staf saya. (Informan 6)

Kadang boleh di *manipulate* yang *print screen* ni pun. So saya akan *check* dulu lah. Contoh kata macam ada bomba kata ada *accident* dekat sini, dekat sini. Tengok kat *print screen* memang macam *real*, tapi pi bukak *page* tu takde lekat pun pasal tu. So dari situ kita memang kena *double check* dulu. Lagi-lagi dari maklumat yang kita terima tu. (Informan 4)

Kalau macam saya pula, kita kena perincian dulu maklumat tu macamana. Sebenarnya banyak cara untuk semak sesuatu maklumat tu, kita boleh jugak *check* guna *Google*, *check* dengan rakan-rakan *group* yang lain. So kita akan cari sumber yang betul-betul boleh sahkan maklumat tu. So dia pun mungkin ada rakan-rakan lain yang boleh bantu sahkan maklumat tu. So biasanya saya akan tanya kawan-kawan yang boleh dipercayai untuk sahkan maklumat tu terlebih dahulu dan kemudian baru la dia hubungi saya balik untuk mengesahkan maklumat tu betul ke tak. (Informan 13)

#### d. Sosiobudaya

Konstruksi sosial teknologi turut dipengaruhi oleh aspek sosiobudaya dan politik pengguna. Antara elemen sosial budaya yang ditemui hasil daripada temubual ialah komunikasi dua hala berlaku iaitu memberikan maklumbalas. Hal ini diakui oleh informan 3 yang menyatakan:

...saya lihat *WhatsApp* ni sebagai satu alat komunikasi, ermhhh biasanya saya akan *respon* lah, *respon* kata ok ke *thumbs up* ke ape, *just* nak tunjukkan yang komunikasi tu berlaku. Kalau dak nanti saya akan ermhhh kena semak, kawan ni baca dak lagi. *Delivered* dak lagi benda tu. Jadi satu kerja pulak saya nak kena semak kan. Jadi ermhhh biasanya kalau ada dalam *group* kerja ni, saya akan *respon* la macamana pun. Sama akan *reply thank you* ke, *noted* ke. Mesti saya akan *respon*, sebab saya nak tunjuk bahawa komunikasi tu memang berlaku. Tu kalau saya, orang lain terpulang la macamana pulak cara kan. (Informan 3)

Elemen budi bahasa juga penting dalam penggunaan *WhatsApp* seperti pandangan oleh Informan 2:

Kena jaga jugak tutur kata sebab ada orang luar yang *observe* kita, jadi kita cuba *put inside* benda yang baguslah. Kalau yang *general* tu memang saya tak komen apelah. Saya ambik sikap ermhhh macam diam. (Informan 2).

Begitu juga dengan nilai menghormati yang dibangkitkan oleh Informan 1:

....rasa dalam *communication* tu ermmm ada, apa tu etika, di mana kita perlu *respect*. Errrrr satu kena *respect*, *respect the other person*, penerima atau pun kita kata, kita dalam *group* misalnya, kita tahu dalam *group* tu ada orang yang tertentu yang akan sensitif dengan apa yang kita cakap, misalnya kita dah lama dalam *group multiracial* misalnya dalam *group* sekolah kan sebab sekolah kan, ada yang anti agama la, ada yang cakap orang Cina macam ni, India macam ni.

Hasil kajian dalam aspek nilai sosiobudaya dan politik yang ditemui dalam kajian ini menunjukkan penggunaan media sosial seperti *WhatsApp* adalah berkaitan dengan nilai yang diamalkan oleh kelompok masyarakat berkenaan. Nilai seperti berbudi bahasa, beretika, memberi maklum balas dan hormat menghormati adalah penting ketika berkomunikasi.

*e. Pematuhan*

Pematuhan adalah merujuk kepada situasi apabila pengguna *WhatsApp* dikenal pasti bersetuju dengan pandangan orang lain tetapi sebenarnya merahsiakan pendapat berbeza mereka. Fenomena ini dapat diperhatikan berdasarkan petikan yang dikongsi oleh informan seperti berikut:

Adakalanya saya tak kisah kalau orang tak komen apa-apa, adakalanya kita akan terasa jugak kan, kita akan fikir ehhhh tak penting ke apa yang aku cakap ni, macam ermmm orang tak ambil peduli kan, rasa macam orang tak kisah kan. Ermmm tapi kadang-kadang saya fikirkan ermddd kita, kita akan terasa jugak, sebab ermmm bila kita cakap ermddd orang tak sambung, lepas tu orang akan ermddd buat, buat satu perbualan yang lain. (Informan 1)

Beliau menambah bahawa sekiranya beliau diminta menyatakan pendapat tentang sesuatu perkara yang berkaitan dengan tempat beliau bekerja, beliau akan memberikan respon berdasarkan keadaan.

Cuma ada la orang bertanya jela, betul ke macam ni, betul ke macam ni. Kalau yang betul kita cakap yang betul jelah. Kalau tak betul errrr, ade la errrr, ada isu-isu tertentu. Ermddd ok macam ada kawan-kawan tertentu, yang mungkin errrr ok aku tak setuju benda ni, aku tak faham macam ni, macam ni kan. So ada jugak lah, errrr ada benda yang mungkin ok ermddd memang universiti buat macam ni, so ianya bergantung kepada keadaan. (Informan 1).

Informan 2 menggunakan istilah *silent reader* apabila beliau enggan ikut serta dalam hal yang dibincangkan dalam *WhatsApp*. Ini dapat disimpulkan berdasarkan petikan berikut:

Ermddd kita tengok jugak la. Ada *certain news* atau ada *certain question* memang *direct* dekat kita. Contoh macam ermddd perkara tertentu yang sulit macam mana ni, so, memang kena *respond* la. So kat situ memang kita

tak boleh jadi *silent reader*. Ermmm tapi kalau *informal group* tu memang lah selalu kita akan jadi *silent reader* (Informan 2).

Informan 4 berpandangan:

Kalau saya, saya jarang komen, kalau kata pasai universiti ni memang saya ada baca pun tapi benda tu kita kat universiti tu, saya tau dekat UKK kat komunikasi korporat, depa memang ada staf atau pun pegawai yang pantau erm mm apa yang berlaku di universiti ni lah. Sebarang maklumat ka, apa ni orang luaq kata kat universiti ka so semua benda ni depa semua tau la sebab memang kerja depa la. (Informan 4)

Informan 8 pula berpandangan bahawa untuk memberikan sesuatu respon kepada mesej yang diterima melalui *WhatsApp* tertakluk kepada keadaan:

Kalau ada banyak *group* ni, akan ada banyak mesej yang masuklah. Macam kami kat HEA ni, kalau bahagian kemasukan kami akan ada satu *group* khas. Mesej akan tiap tiap hari masuk, waktu macam tu memang akan banyak mesej masuk. Contoh macam 16 haribulan ni nak buat hebahan temuduga bagi program pendidikan. Mesej akan mula masuklah, tanya apa isu berkaitan. *Group* macam tu memang kerap masuk. Kita memang tak boleh lari lah, akan sentiasa ada mesej masuk. Kita tengoklah kalau benda tu perlu dijawab, kita akan jawab teruslah (Informan 8).

Pematuhan juga dilihat dari perspektif arahan pihak atasan untuk menggunakan kemudahan *WhatsApp* seperti pandangan Informan 11:

Bagi saya ianya tren. Dan satu lagi ianya mudah la dalam mendapatkan sebarang *information*. Macam saya, *WhatsApp* ni memang perlulah dan pada masa yang sama kita sendiri yang diminta untuk *install WhatsApp* ni. Kalau dulu universiti ni, pernah masa dulu universiti ni *imposed* suruh beli Blackberry dan beri subsidi kat penjawat dengan alasan supaya mudah untuk *communication*. So sekarang memang terpaksa ada *phone* yang boleh *install WhatsApp* sebab ianya medium yang mudah *communication* ni. (Informan 11)

Tambah beliau lagi:

Kalau benda tu penting memang saya akan gunakan. Kalau yang formal ni memang saya akan anggap ianya adalah satu arahan lah lagi lagi dari *top management*. Memang kalau dari *top management* ni memang ianya adalah arahan lah, dan kita macamana pun kena buat lah. Kalau tak formal tu, *depend* kepada kita lah. (Informan 11)

Maklumat daripada temubual ini menunjukkan bahawa wujud elemen pematuhan dalam konteks penggunaan *WhatsApp*. Misalnya sekiranya sesuatu urusan yang melibatkan pihak atasan atau pihak tertentu yang telah dipertanggungjawabkan oleh organisasi, individu atau kakitangan berkenaan tidak akan memberikan respon. Aspek seterusnya ialah kaitan



mesej dengan diri penerima iaitu sekiranya mesej berkenaan tidak berkaitan dengan diri penerima, maka penerima juga tidak akan memberikan tindak balas.

*f. Identifikasi*

Analisis seterusnya adalah berkaitan dengan tema identifikasi iaitu apabila penggunaan *WhatsApp* dipengaruhi oleh seseorang yang disukai dan dihormati. Salah satu individu yang disukai dan dihormati oleh responden adalah sahabat. Ini digambarkan oleh Informan 1 seperti berikut:

Hurmmmm dari segi faktor, boleh tengok dari segi persekitaran. Kalau macam saya ada *Facebook* ni, bukan saya buat, tapi orang lain yang *register* kan, sebab orang lain semua ada *Facebook* ok. Macam jugak dengan saya ada *smartphone* macam ni sebab terpaksa beli, sebab semua orang dah ada *smartphone*, dan semua orang jugak guna *WhatsApp*. Semua orang tak mau dah mesej saya dah sebab guna mesej biasa kena bayar (Informan dan penemubual ketawa). So dia orang cakap tak nak mesej saya sebab sms kena bayar, soooo dia orang taknak la guna yang bayar ni walhal ada *channel* yang free. So sebab dari persekitaran tu, terpaksa la kena beli dan ada *smartphone* jugak. (Informan 1)

Identifikasi juga boleh dilihat berdasarkan kepada hujah responden berkaitan dengan elemen penggunaan profil. Informan 3 berpandangan bahawa penggunaan gambar profil di *WhatsApp* menunjukkan identiti pengguna:

Errrrrr pada saya itu adalah errrr sebagai identiti kitalah. Kita taknaklah tunjuk kat orang lain yang kita ni lain daripada orang lain kan. Sepatutnya kalau kata Zul tu, haaaa tu la Zul. Errrr sebab kita nak jadikan errrrr alat sebagai *WhatsApp* sebagai alat tu, adalah penghubung untuk kita. Kita taknak lah, nama Zul tapi gambar yang bukan-bukan. Seolah-olah nak berkomunikasi tapi taknak berkenalan. Haaaa dia macam tu. (Informan 3)

Sebaliknya Informan 13 mempunyai pandangan yang berbeza:

Ermmmmm macam saya lain sikit, saya buh gambaq harimau. Sebab bagi saya benda semua ni atas kita sendirilah. Bagi saya profil gambaq tu melambangkan diri kita jugaklah macamana. Tegass tu ada dalam lembut kita tu. (Informan 13)

*g. Internalisasi*

Internalisasi terbina apabila individu menerima kepercayaan atau tingkah laku dan bersetuju secara terbuka dan peribadi terhadap tingkah laku yang ditunjukkan oleh pengguna *WhatsApp*. Menurut Informan 1, beliau menggemari gambar yang berkaitan dengan keluarga, gambar yang menggambarkan nilai persahabatan dan binatang kesayangan.

Ini dijelaskan oleh Informan 1 seperti berikut:

Ermmmm selalunya gambar-gambar yang berkenaan dengan *family*, dengan *group*, ok, ermddd gambar yang ngeri-ngeri macam *accident* macam tu tak suka, ermddd saya selalu *upload* gambar mengenai *family*, macam saudara mara yang *wedding*, gambar kita jumpa dengan siapa, ermddd dalam *group family* la yang tu. Kalau *group* kawan-kawan pun, selalunya gambar-gambar berkenaan dengan kawan-kawan, gambar kita jumpa dengan kawan siapa, ada *gathering* apa-apa ke, haaa yang tu. (Informan 1)

Informan 10 mengatakan bahawa penggunaan *WhatsApp* lebih digemari sebagai bukti bahawa mereka tidak ketinggalan terutama dari segi kemudahan untuk perhubungan:

Ermddd nak kata *trend* pun mungkin la kot. Dah semua orang guna *WhatsApp* ni kan. Saya ada juga guna *Telegram* semua, tapi *WhatsApp is the best*, kalau kata *you* tak *follow trend* orang sekarang ni orang akan kata *you* ketinggalanlah. *WhatsApp* ni pun makin lama makin banyak *features* dia, guna untuk *family*, rakan-rakan. Kalau *Telegram* ni guna sebab ada paksaan je dari orang atasan. (Informan 10)

Informan 8 pula berpandangan bahawa tingkah laku menggunakan *WhatsApp* bergantung kepada niat dan kredibiliti sumber berkenaan:

Ermddd kalau dari segi hubungan tu memang baguih. Ia lebih kepada cara penggunaan kita macamana. Kalau kita guna dengan niat yang baik, maka baiklah kesan dia tu. Kalau untuk niat yang tak baik, dia akan jadi tak baik. So dia bergantung kepada individu sebenarnya. (Informan 8)

Secara keseluruhannya, elemen Internalisasi digambarkan oleh informan berdasarkan kepada keperluan menggunakan *WhatsApp* sebagai mengikuti perkembangan semasa, menggunakan medium berkenaan dengan niat yang betul dan mempunyai kemahiran untuk mengenal pasti sumber mesej.

## KESIMPULAN

Secara keseluruhannya, hasil kajian ini bertujuan untuk menjawab persoalan yang dikemukakan iaitu apakah elemen konstruksi sosial yang wujud dalam konteks penggunaan *WhatsApp* sebagai alat komunikasi organisasi dan apakah elemen pengaruh sosial yang boleh dikaitkan dengan penggunaan *WhatsApp*. Kedua-dua persoalan ini dirungkai melalui aplikasi lensa dua teori utama iaitu Teori Konstruksi Sosial dan Teori Pengaruh Sosial melalui sesi temubual mendalam sebagai kaedah pengumpulan data.

Hasil kajian menunjukkan kesemua elemen yang diandaikan dalam kedua-dua teori berkenaan dibuktikan dalam kajian ini. Tujuh tema yang digabungkan berdasarkan kepada andaian teori berkenaan adalah fleksibiliti interpretatif iaitu reka bentuk teknologi iaitu *WhatsApp* merupakan proses terbuka sehingga dapat menghasilkan keperluan untuk menggunakan teknologi berkenaan dalam kalangan kakitangan organisasi yang dikaji. Hasil kajian ini mendapati informan menyenaraikan pelbagai keperluan yang boleh dipenuhi

melalui penggunaan *WhatsApp* seperti keperluan yang berkaitan dengan kerja, mendapatkan maklumat, menjalin silaturrahim dan memberikan maklum balas berkaitan dengan kerja. Keperluan ini boleh dipecahkan kepada keperluan formal dan tidak formal dan boleh diteliti dengan lebih lanjut.

Kedua, dari segi hubungan yang relevan dengan kelompok sosial iaitu kakitangan mempunyai makna yang tersendiri terhadap *WhatsApp* dan relevansi iaitu perbezaan interpretasi terhadap penggunaan *WhatsApp* bagi kakitangan yang berbeza. Perbezaan interpretasi terhadap penggunaan dibuktikan dengan jelas dalam konteks kajian ini. Setiap informan menyatakan makna mereka terhadap penggunaan medium berkenaan.

Sepertimana yang diandaikan dalam Teori Konstruksi Sosial, penggunaan sesuatu teknologi baharu akan melalui proses tertentu sebelum teknologi berkaitan diterima dan digunakan sepenuhnya oleh kakitangan sesebuah organisasi. Penerimaan dan penggunaan ini mencirikan tahap kestabilan penggunaan teknologi. Kestabilan akan tercapai apabila reka bentuk teknologi *WhatsApp* tidak lagi menimbulkan masalah dan tidak perlu terjadi pengubahsuaian lebih lanjut (Mustaffa, Che Noh, Abu Bakar, dan Bahtiar, 2018). Proses ini dibuktikan berdasarkan pandangan responden bahawa mereka perlu melakukan semakan terhadap mesej, serta mengambil kira faktor emosi dan sebagainya sebelum memberikan maklumbalas. Perkara ini berlaku secara berulang-ulang sehingga ianya menjadi kebiasaan kepada pengguna untuk melakukan tindakan yang sama atau menjadi lumrah.

Penggunaan teknologi juga dipengaruhi oleh elemen konstruksi sosial iaitu *WhatsApp* mempunyai kaitan langsung dengan aspek sosial budaya dan politik yang diamalkan oleh organisasi. Dalam konteks ini, informan menekankan kepada kepentingan etika, rasa hormat dan berhemah yang diaplikasikan dalam penggunaan *WhatsApp* seperti mana juga ketika berkomunikasi secara bersemuka.

Pematuhan ialah apabila individu dikenal pasti bersetuju dengan orang lain tetapi sebenarnya merahsiakan pendapat mereka yang berbeza. Situasi ini lebih kepada mewujudkan keharmonian dalam interaksi melalui *WhatsApp*. Dalam konteks kajian ini, elemen pematuhan tidak hanya melibatkan kedudukan hierarki organisasi dan rasa tanggungjawab tetapi juga untuk mengelakkan konflik sesama rakan dalam kumpulan *WhatsApp*.

Tema identifikasi melibatkan penggunaan *WhatsApp* dipengaruhi oleh seseorang yang disukai dan dihormati hingga menyebabkan informan turut menggunakan medium berkenaan. Antara individu yang mempengaruhi penggunaan *WhatsApp* ialah faktor persekitaran dan individu yang signifikan seperti sahabat, rakan sekerja dan ahli keluarga.

Internalisasi pula merujuk kepada individu menerima tingkah laku atau tatacara berinteraksi dalam *WhatsApp* dan bersetuju secara terbuka dan peribadi dengan tatacara berinteraksi berkenaan. Hal ini dibuktikan apabila responden boleh menerima mesej yang disampaikan melalui *WhatsApp* dan melakukan tindakan seperti yang diminta sekiranya mesej berkenaan berkaitan dengan arahan kerja.

Sebagai kesimpulannya, hasil kajian ini membuktikan andaian yang terdapat dalam Teori Konstruksi Sosial dan Teori Pengaruh Sosial untuk memerihalkan tentang penggunaan *WhatsApp* sebagai medium interaksi dalam organisasi. Penggunaan teknologi baharu ini akan melalui beberapa proses pengubahsuaian tertentu sebelum menjadi stabil dan digunakan sepenuhnya oleh semua anggota masyarakat dan kakitangan organisasi. Oleh kerana wujudnya limitasi dalam kajian, penggunaan kaedah kualitatif adalah agak terhad dari segi generalisasi. Hasil kajian ini hanyalah menggambarkan pandangan responden di organisasi

yang dikaji sahaja. Kajian selanjutnya boleh dilakukan untuk meninjau tentang implikasi daripada penggunaan teknologi sebegini terhadap pelbagai aspek kehidupan individu dan masyarakat dengan menggunakan kaedah yang berbeza.

#### PENGHARGAAN

Kajian ini dibiayai oleh Kementerian Pendidikan Tinggi (MoHE) melalui *Fundamental Research Grant Scheme*, FRGS/1/2016/SS09/UUM/01/2

#### BIODATA

*Che Su binti Mustaffa* adalah profesor di Universiti Utara Malaysia. Email: chesu402@uum.edu.my

*Che Hasniza binti Che Soh* adalah profesor madya di Universiti Malaysia Terengganu. Email: niza@umt.edu.my

*Zuraidah binti Abu Talib* adalah pensyarah kanan di Universiti Utara Malaysia. Email: zuraidah@uum.edu.my

*Suhaini binti Muda* adalah pensyarah kanan di Universiti Utara Malaysia. Email: suhaini@uum.edu.my

#### RUJUKAN

- Alalwan, A. A., Dwivedi, Y. K., & Rana, N. P. (2017). Factors influencing adoption of mobile banking by Jordanian bank customers: Extending UTAUT2 with trust. *International Journal of Information Management*, 37, 99-110.
- Annamalai, S. & Abdul S. S. (2017). Undergraduates' interpretation on *Whatsapp* smiley emoji. *Jurnal Komunikasi: Malaysian Journal of Communication*, 33(4), 89-103. <https://doi.org/10.17576/JKMJC-2017-3304-06>
- Ariffin, Z., & Omar, S. (2018). Usage of *Whatsapp* in relation to employee engagement in a telecommunication company. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 8(10), 426-444. <https://doi.org/g682>
- Berger, P., & Luckmann, T. (1967). *The social construction of reality: A treatise in the sociology of knowledge*. Garden City, NY: Doubleday.
- Bijker, W., & Pinch, T. (1987). The social construction of facts and artifacts: Or how the sociology of science and the sociology of technology might benefit each other. In W. E. Bijker, T. P. Hughes & T. Pinch (Eds.), *The social construction of technological systems: New direction in the sociology of technology* (pp. 17-50). Cambridge, MA: MIT Press.
- Boland, R. (1985). Phenomenology: A preferred approach to research in information systems. In E. Mumford, R. A. Hirschheim, G. Fitzgerald, & A. T. Wood-Harper (Eds.), *Research methods in information systems*. Amsterdam: North Holland.
- Burger, J. M., Soroka, S., Gonzago, K., Murphy, E., & Somervell, E. (2001). The effect of fleeting attraction on compliance to requests. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 27(12), 1578-1586. <https://doi.org/10.1177/01461672012712002>
- Byrne, D. (1997). An overview (and underview) of research and theory within the attraction paradigm. *Journal of Social and Personal Relationships*, 14(3), 417-431. <https://doi.org.10.1177/0265407597143008>
- Campbell, S., Greenwood, M., Prior, S., Shearer, T., Walkem, K., Young, S., Bywaters, D., & Walker, K. (2020). *Purposive sampling: Complex or simple? Research case examples*. *Journal of Research in Nursing*, 25(8), 652-661. <https://doi.org/g6tw>
- Cascio, W., & Montealegre, R. (2016). How technology is changing work and organizations. *Annual Review of Organizational Psychology and Organizational Behavior*, 3, 349-375. <https://doi.org/10.1146/annurev-orgpsych-041015-062352>
- Edvardsson, B., Tronvoll, B., & Gruber, T. (2011). Expanding understanding of service exchange and value co-creation: A social construction approach. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 39, 327-339. <https://doi.org/10.1007/s11747-010-0200-y>
- Erdoğan, I. E., & Çiçek, M. (2012). The impact of social media marketing on brand loyalty. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 58, 1353-1360. <https://doi.org/2kw>
- Fulk, J., Schmitz, J., & Steinfield, C. W. (1990). A social influence model of technology use. In Fulk, J., & Steinfield, C. W. (Eds.), *Organization and communication technology*. Newbury park: Sage Publications.
- Fulk, J. (2017). Social construction of communication technology. *Academy of Management Journal*, 36(5), 921-950.
- Hermawan, I., & Suharnomo, S. (2020). Information technology as a strategic resource in encouraging organizational change readiness through the role of the human capital effectiveness. *Jurnal Dinamika Manajemen*, 11, 242-254.

- Junco, R., Heiberger, G., & Loken, E. (2011). The effect of twitter on college student engagement and grades. *Journal of Computer Assisted Learning*, 27, 119-132. <https://doi.org/10.1111/j.1365-2729.2010.00387.x>
- Kazakov, S., Ruiz-Alba, J. L., & Muñoz, M. M. (2021). The impact of information and communication technology and internal market orientation blending on organisational performance in small and medium enterprises. *European Journal of Management and Business Economics*, 30(2), 129-151. <https://doi.org/g683>
- Kelman H. C. (1958). Compliance, identification and internalization: Three processes of attitude change. *Journal of Conflict Resolution*, 2(1), 51-60.
- Kim S. B., & Kim D. (2020). ICT implementation and its effect on public organizations: The case of digital customs and risk management in Korea. *Sustainability*, 12(8), 3421. <https://doi.org/10.3390/su12083421>
- Klein, H., & Kleinman, D. (2002). The social construction of technology: structural considerations. *Science Technology and Human Values*, 27(1), 28-52. <https://doi.org/10.1177/016224390202700102>
- Miles, M., & Huberman, A. (1994). *An expanded sourcebook: Qualitative data analysis* (2nd ed.). Thousand Oaks: Sage Publications.
- Mohamad Salleh, M. A., Ekhwan, Z., & Salman, A. (2019). Mudah guna dan manfaat aplikasi WhatsApp terhadap hubungan antara peribadi masyarakat dan polis. *Jurnal Komunikasi: Malaysian Journal of Communication*, 35(4), 135-154.
- Muhamad, R. (2015). Adopsi teknologi internet oleh konsumen UMKM Indonesia untuk belanja online (Studi kasus pada situs Tokopedia.com 2015). *eProceedings of Management*, 2(3), 2451-2458. <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/1069>
- Mustaffa, C.S., Omar, N., & Che Soh, C. H. (2019). *Pembentukan pengukuran penggunaan WhatsApp dalam kalangan kakitangan organisasi*. *Voice of Academia (VOA)*, 15(3), 11-31. <https://voa.uitm.edu.my/v1/voa-issue/2019-volume-15/issue-3>
- Mustaffa, C. S. Che Noh, C.H, Abu Bakar, H., & Mohamad, B. (2018). Understanding the usage of Whatsapp among Malaysian employees through the lens of social influence theory. *International Journal of Engineering & Technology*, 7(4.38). <https://doi.org/10.14419/ijet.v7i4.38.27635>
- Noa, A., & Taly, G. (2016). The importance of the *WhatsApp* family group: An exploratory analysis. *Aslib Journal of Information Management*, 68(2), 174-192. <https://doi.org/10.1108/Ajim-09-2015-0142>
- Palinkas, L. A., Horwitz, S. M., Green, C. A., Wisdom, J. P., Duan, N., & Hoagwood, K. (2013). Purposeful sampling for qualitative data collection and analysis in mixed method implementation research. *Administration and Policy in Mental Health and Mental Health Services Research* 42(5), 533–544. <https://doi.org/f7nxzd>
- Pang, H. (2021). Connecting mobile social media with psychosocial well-being: Understanding relationship between WeChat involvement, network characteristics, online capital and life satisfaction. *Social Networks*, 68, 256-263.
- Patel, P., Sunkara, M., & Ajay, S. (2019). An article on "artifact of bicycle & bakelite" theory-social construction of technology (SCOT) with the theme of technology and society. *International Journal of Trend in Scientific Research and Development (IJTSRD)*, 3(6), 718-721.

- Pinto, D., Garcia, K., & Tenório, N. (2017). Technological communication tools in use: The shape of knowledge shared within software development teams. *Proceedings of the 9th International Joint Conference on Knowledge Discovery, Knowledge Engineering and Knowledge Management - KMIS*, Funchal, Madeira, Portugal, 1, 58-166.  
<https://doi.org/10.5220/0006503401580166>
- Nobre, G. P., Ferreira, C. H., & Almeida, J. M. (2021). A hierarchical network-oriented analysis of user participation in misinformation spread on WhatsApp. *Information Processing & Management*, 59(1), 102757.
- Saleh, N. (2018). Penggunaan *WhatsApp* sebagai alat komunikasi formal dalam organisasi: Satu tinjauan awal. *Proceeding of the 5th International Conference on Management and Muamalah 2018 (ICoMM 2018)*.
- Shimp, T. A. (2003). *Advertising, promotion and supplemental aspects of integrated marketing communications* (Sixth). Ohio: Thomson South Western.
- Sirojjudin, A. M., & Irwansyah. (2020). Fleksibilitas interpretatif dan konstruksi sosial pada penggunaan aplikasi kesehatan mobile (Studi kasus pada Halodoc). *Jurnal Penelitian Komunikasi dan Opini Publik*, 24(2), 139-154.
- Spears, R. (2021). Social influence and group identity. *Annual Review of Psychology*, 72, 15.1-15.24. <https://doi.org/10.1146/annurev-psych-070620-111818>