

Instant Messaging (IM) used in the Workplace

Norizah Aripin¹, Hasrina Mustafa² & Adnan Hussein³
norizah.kod08@student.usm.my¹, hasrina@usm.my² & adnan@usm.my³

Universiti Sains Malaysia

Abstract

Developments in information communication technologies (ICT) is growing rapidly and organizations use the ICT for business tasks. Group organization consists of various levels of management receive technology development to ensure the management and administration to be more effective and efficient. Organizations now have the equipment of modern technology which allows the task is done by using electronic devices to ensure increased productivity among lower, higher and professional management. Computer mediated communication, such as Instant Messaging (IM) used in the workplace other than the use of e-mail. This study discusses the frequency and patterns of use of IM in the workplace. Quantitative methods of survey questionnaires and qualitative methods of conversation analysis used in this study. For survey questionnaire, 379 organizations status MSC involved as respondents. Meanwhile, the conversation analysis approach, using five examples of IM conversations from five different organizations for sample analysis. Data was then analyzed using descriptive (survey questionnaire) and thematic analysis (analysis of IM conversations) to identify the specific themes on IM usage motive at work. The study found that 279 respondents have used IM in organization. Motives intended use of IM to provide work orders, obtain information, maintain relationship together and express feelings.

Keywords: Organization, IM, Frequency and Motive Using IM

Penggunaan *Instant Messaging* di Tempat Kerja

PENGENALAN

Organisasi merupakan suatu sistem sosial yang hidup dan terbuka serta mempunyai unit dan bahagian yang berhubung di kalangan pekerja. Dengan perkataan lain, rangkaian mesej dalam sesebuah organisasi bergantung kepada proses penyaluran maklumat yang dihubungkan oleh ahli organisasi. Anderson (1995), mentakrifkan organisasi mempunyai struktur, sistem sosial dan berlaku proses interaksi yang melibatkan pelbagai peringkat pengurusan. Corak pengurusan organisasi memerlukan kelancaran komunikasi, peningkatan kemahiran dari segi teknikal, kemanusiaan, konsep dan perancangan. Perubahan dinamik yang sentiasa berlaku dalam sesebuah organisasi membawa kepada kesedaran tentang pentingnya kesediaan menerima teknologi komunikasi dan maklumat bagi meningkatkan mutu pengurusan tugas. Komunikasi perantara komputer misalnya, telah menjadi medium penting untuk kelancaran pengurusan tugas dan hubungan antara subordinat dan pihak atasan dalam sesebuah organisasi.

Organisasi mempunyai kelengkapan teknologi moden yang membolehkan tugas yang dilakukan dengan menggunakan peralatan elektronik bagi membolehkan daya pengeluaran atau produktiviti pihak pengurusan bawahan, atasan dan profesional ditingkatkan. Perkhidmatan yang menggunakan telepersidangan video dan telepersidangan audio akan mengurangkan pertemuan bersemuka. Penggunaan memo dan surat yang bertaip digantikan dengan mel elektronik dan komputer. Para pekerja menggunakan komputer untuk pemprosesan data, pemerolehan dan pemindahan maklumat. Teknologi membolehkan maklumat dihantar dengan lebih cepat dan murah. Ia menjimatkan masa dan kos serta berupaya meningkatkan kelicinan pengurusan dan proses membuat keputusan. Teknologi baru cenderung memperbaiki aliran komunikasi di pejabat dan meningkatkan mutu pekerjaan (Normark & Esbjornsson, 2005; Pembroke, 2004).

Persaingan pekerjaan hari ini menuntut cabaran menerima arus perkembangan teknologi baru. Organisasi kini berhadapan dengan dunia global yang mencabar ekoran daripada perkembangan teknologi. Organisasi memerlukan kakitangan yang boleh menguruskan pentadbiran yang cekap dan berkesan berorientasikan teknologi. Anggota organisasi harus memiliki pelbagai pengetahuan dan kemahiran atau *multi-tasking* dalam mentadbir urusan kerja dan sejajar dengan matlamat organisasi yang ingin melahirkan pekerja bermaklumat atau *knowledge worker* (Folger, Poole, & Stutman, 2005). Menurut Green (2001), majikan perlu memastikan kakitangan menguasai pelbagai pengetahuan dan kemahiran bagi meningkatkan kualiti kerja. Perubahan teknologi komunikasi dan maklumat menyumbang kepada peningkatan prestasi kerja. Kepekaan kakitangan terhadap arus ledakan teknologi baru bergantung kepada tahap serta sikap penerimaan dan kesediaan mereka untuk menggunakan teknologi baru.

Teknologi memudahkan tugas kakitangan dan pengurusan kerja bukan sahaja dilakukan di pejabat tetapi ia boleh dilaksanakan di rumah, urusan rasmi di luar dan tidak kira di mana sahaja kakitangan itu berada. Konsep *technology-assisted supplemental work* (teknologi bantuan tambahan kerja) didefinisikan sebagai prestasi pengurusan kerja dibantu teknologi dan telekomunikasi baru serta canggih untuk bekerja di rumah dan di tempat lain. Dalam erti kata lain, persekitaran kerja kini tidak tertumpu kepada satu lokasi tetapi bergerak atau mobiliti dari satu tempat ke tempat lain. Mobiliti kerja yang tiada had sempadan telah membina jaringan hubungan kerja di antara kakitangan dalaman dan luaran organisasi (Fenner & Renn, 2004).

Teknologi moden menjadikan interaksi manusia semakin mudah, cepat dan berkesan. Perkembangan *Instant Messaging* (IM) misalnya telah menjadi medium oleh pengurus dan pekerja untuk berinteraksi dalam bentuk teks yang berkaitan dengan hal urusan kerja. Sebelum ini IM digunakan oleh pengguna Internet di rumah (keluarga dan rakan) (Goldsborough, 2001). Namun begitu, pengurus telah mula menyedari teknologi ini berpotensi untuk menyokong interaksi tidak rasmi (informal) (Nardi, Whitaker & Bradner, 2000; Pauleen & Yoong, 2001), dan organisasi telah memasang perisian IM di komputer pekerja untuk kemudahan berinteraksi. Penggunaan IM bukan sahaja melibatkan interaksi dalaman organisasi tetapi juga interaksi di luar

organisasi seperti pelanggan (Guan & Alkinkemer, 2002). Penggunaan IM meningkat di tempat kerja sehingga 85% organisasi menggunakan beberapa jenis IM (Callaghan, 2004).

Penggunaan IM di tempat kerja terutamanya untuk membincangkan soalan pantas dan penjelasan, mengatur dan menyelaras pertemuan jadual dan pertemuan mendadak, serta berkaitan dengan keluarga dan kawan semasa bekerja (Nardi, Whitakker & Bradner, 2000; Quan-Haase, Cothrel & Wellman, 2005). Terdapat kajian menunjukkan bahawa perbualan IM di tempat kerja berkaitan dengan pekerjaan (62%) dengan rata-rata perbualan IM berlangsung hampir 4.5 minit (Isaac dan rakan-rakan, 2002). IM digunakan untuk keperluan komunikasi, keperluan pekerjaan, persekitaran kerja dan struktur kerja yang perlu dilakukan oleh kakitangan organisasi (Cho, Trier & Kim, 2005). Selain itu, terdapat kajian menunjukkan bahawa IM digunakan untuk memudahkan kolaborasi kerja melalui interaksi diad (dua pekerja) (Nardi, Whitakker & Bradner, 2000).

Di Malaysia penggunaan IM semakin mendapat perhatian pengguna Internet. Penggunaannya telah mencecah lebih sejuta orang pada tahun 2007. Statistik juga menunjukkan bahawa 27 juta mesej IM dihantar setiap hari oleh pengguna IM (Microsoft Corporation, 2007) untuk menghubungkan maklumat. Peniaga dan pengiklan produk dan perkhidmatan mengambil peluang menggunakan IM untuk melebarkan perniagaan mereka dan mewujudkan rangkaian dengan rakan niaga atau pelanggan baru.

Memandangkan penggunaan IM dalam konteks organisasi Malaysia masih baru, tidak banyak kajian dilakukan. Menurut Handel dan Hersbsleb (2002) penyelidikan mengenai IM penting dikaji bagi mengembangkan lagi peranannya bukan sahaja medium interaksi sosial tetapi penggunaannya dalam interaksi kerja di organisasi. Justeru, pengkaji telah melakukan kajian awal mengenai penggunaan IM di organisasi dan dua persoalan dikemukakan iaitu:

- 1) Berapa kerapkah penggunaan IM di kalangan kakitangan organisasi?
- 2) Apakah motif kakitangan organisasi menggunakan IM di tempat kerja?

OBJEKTIF KAJIAN

Objektif umum kajian bertujuan untuk mengenal pasti penggunaan IM di tempat kerja.

Objektif khusus kajian adalah untuk:

- 1) Mengetahui kekerapan penggunaan IM di kalangan kakitangan organisasi.
- 2) Mengetahui motif penggunaan IM di kalangan kakitangan organisasi.

KEWAJARAN KAJIAN

Kajian ini difikirkan penting dilakukan kerana penggunaan IM berkaitan dengan urusan kerja semakin mendapat perhatian di kalangan pekerja organisasi. Kajian ini dilakukan untuk memperoleh gambaran awal tentang penggunaan IM di kalangan pekerja organisasi Malaysia.

Diharapkan kajian empirikal ini dapat menyumbang pembangunan metodologi yang khusus dalam penyelidikan penggunaan IM di organisasi. Kajian ini menggunakan kaedah kuantitatif iaitu tinjauan soal selidik, dan analisis perbualan IM yang digunakan dalam kaedah kualitatif.

Kajian ini dapat memberikan sumbangan kepada perkembangan Koridor Raya Multimedia (MSC). Pemilihan sampel dan responden kajian yang terdiri daripada kakitangan organisasi bertaraf MSC, dan secara tidak langsung maklum balas mereka atau hasil kajian ini menyumbang kepada perkembangan MSC yang dianggap penting dalam perkembangan teknologi komunikasi dan maklumat negara.

Skop Kajian

Kajian ini telah dilakukan di kalangan pekerja organisasi bertaraf MSC dari pelbagai peringkat pengurusan. Pemilihan pekerja organisasi yang terdiri daripada pengurusan atasan sehinggalah pengurusan bawahan disebabkan mereka adalah golongan yang menggunakan IM dan berinteraksi berkaitan dengan urusan pengurusan dan pentadbiran kerja. Tambahan pula, penggunaan IM kerap digunakan oleh mereka untuk menyalurkan maklumat dan aliran komunikasi yang melibatkan rakan sekerja. Pemilihan kakitangan organisasi juga dibuat kerana ia memudahkan pengkaji membuat penelitian ke atas fenomena yang ingin dikaji.

Internet dan *Instant Messaging* (IM)

Internet ialah sekumpulan komputer di seluruh pelusuk dunia yang saling berhubung antara satu sama lain sehingga terbentuknya suatu jaringan informasi global. Penghantaran data menggunakan *Transmission Control Protocol/Internet* (TCP/IP) dicipta oleh Robert Kahn dan Vinton Cerf pada tahun 1973 (Lerner & Tirole, 2000). TCP/IP ini amat penting dan diperlukan jika sesebuah komputer ingin berhubung dalam Internet. Tanpa mengikuti protokol ini, komputer tidak akan mampu berkomunikasi dengan komputer lain di Internet.

Secara ringkasnya sejarah Internet bermula pada pertengahan tahun 1960-an di mana *Advanced Research Projects Agency* (ARPA) Jabatan Pertahanan Amerika Syarikat menaja sebuah kajian mengenai cara menghubungkan kawasan geografi yang berjauhan supaya pengkongsian data dapat dilakukan. Kajian ARPA yang menyokong pensuisan paket membuka jalan ke arah rangkaian komunikasi atau komputer pada masa sekarang yang dikenali sebagai Internet (Lerner & Tirole, 2000).

Internet dijangka akan terus berkembang pesat dengan pelbagai perubahan dari masa ke masa. Pencipta aplikasi dan syarikat yang mencari keuntungan menggunakan Internet akan sentiasa mencipta dan menawarkan pelbagai aplikasi, teknologi dan perkhidmatan yang baru kepada pengguna Internet. Antara aplikasi yang ditawarkan di Internet adalah seperti e-mel, enjin carian maklumat, permainan *online*, komunikasi dalam talian dan sebagainya.

Perkhidmatan komunikasi yang ditawarkan oleh Internet adalah seperti kumpulan berita *Usenet*, sistem paparan buletin (*Buletin Board System/BBS*), *Internet Relay Chat* (IRC) dan *Instant Messaging* (IM). IM merupakan satu rangkaian Internet yang membolehkan perbincangan masa-nyata atau *real-time conference* iaitu suatu perhubungan dalam talian di mana semua orang dari seluruh pelusok dunia boleh bertemu dan berbual dengan kaedah menaip teks. IM menawarkan dua fungsi yang unik dalam komunikasi perantara komputer iaitu keupayaan untuk mengetahui siapa kalangan kawan-kawan mereka yang sedang dalam talian untuk sama-sama berborak dan juga keupayaan untuk berbual secara bertulis (Hu et.al 2004). Selain itu, IM juga mempunyai kemudahan audio dan video yang membolehkan pengguna berkomunikasi secara *web conferencing*.

Antara aplikasi IM yang terdahulu dibina adalah berasaskan sistem pengoperasian UNIX di mana ia menyediakan kemudahan berkomunikasi antara pengguna rangkaian komputer. Selepas itu, sekitar tahun 1980-an sehingga awal yang digelar *Online Message*. *Quantum Link* kemudiannya dikenali sebagai *American Online*. *American Online* ini kemudiannya telah menawarkan satu produk baru yang dikenali sebagai *AOL Instant Message* (Hwang & Lombar, 2006).

Di dalam penggunaan Internet di era moden ini asas *Graphical User Interface* (GUI) telah memperlihatkan *AOL Instant Message* juga berubah rupa dan menjadikannya lebih digemari oleh pengguna Internet. Sehingga kini kebanyakan aplikasi perkhidmatan IM telah menambahkan elemennya seperti penggunaan video, *Voice Over Internet Protocol* (VoIP) sebagai medium komunikasi. Program IM yang kerap digunakan adalah *AOL Instant Messenger*, *MSN Messenger*, *Yahoo Messenger* ICQ dan lain-lain lagi (Hwang & Lombar, 2006).

Seperti yang dipetik oleh Castelluccio (1999) penggunaan IM membenarkan *users to set up a list of partners who will be able to receive notes that pop up on their screens the moment one of them writes and hits the send button* (hlm. 3). Teknologi IM boleh dimuat turun (*download*) dengan kos yang minimum dari Internet atau percuma dari perisian lain (seperti *ICQ Chat*, *AOL*

Instant Messenger, *MSN Messenger* dan *Yahoo Messenger*). Terdapat juga IM dibangunkan secara khusus oleh organisasi untuk meningkatkan interaksi antara rakan sekerja (*Lotus SameTime*, *Jabber Instant Messenger* dan *Bantu Instant Messenger*) dan teknologi lagi ini akan berkembang dengan pembangunan perisian baru (Pruitt, 2003).

Kajian yang dijalankan oleh Pew Internet / American Life Project (dalam Shiu & Lenhart, 2004) mendapati sebanyak 250 juta pengguna IM dari seluruh dunia dan daripada bilangan tersebut sebanyak 80 juta adalah oleh rakyat Amerika. Daripada 80 juta rakyat Amerika yang menjadi pengguna IM, 53 juta adalah terdiri daripada orang dewasa yang mempunyai minat terhadap teknologi. Laporan oleh Pew Internet / American Life Project juga melaporkan sebanyak 75% daripada pengguna dewasa IM di Amerika adalah di kalangan remaja yang berusia 12 hingga 17 tahun dan 32% dari mereka menggunakan IM setiap hari. Sebanyak 78% daripada remaja ini menyatakan mereka menggunakan untuk tujuan berbincang di kalangan mereka mengenai kerja sekolah.

Kajian oleh Leung (2001) pula, mendapati motif penggunaan IM (perisian ICQ) di kalangan remaja adalah untuk bersantai (*relaxation*), hiburan, fesyen, kasih sayang, sosiabiliti dan *escape*. Kajian lain pula iaitu penyelidik Grinter dan Palen (2002), menyatakan bahawa remaja terutamanya menggunakan IM untuk meningkatkan peluang pergaulan. Selain itu, kajian oleh Hwang dan Lombard (2006) menunjukkan bahawa penggunaan IM bertujuan untuk kebergunaan sosial (*social utility*), kebergunaan antara perseorangan (*interpersonal utility*), kemudahan (*convenience*), hiburan, bersantai dan maklumat. Penggunaan IM mempunyai kesan *social presence* (kehadiran sosial) di mana teks IM memberikan kesan hubungan emosi (*emotional connectedness*) dan penjalinan hubungan bersama (*being together*). Pelajar kolej menggunakan IM untuk mencari seseorang untuk berbual, menghilangkan kesunyian dan mendapatkan maklumat yang menarik. Mesej IM menyampaikan perasaan dan emosi serta berasa lebih kepada hubungan bersama (*sense of being together*) dan hubungan emosi (*emotional connectedness*) [sekiranya mereka dilokasi dalam bilik perbualan IM yang sama]. IM membenarkan pengguna berada dalam perbualan melalui pertukaran mesej pendek serta menggunakan simbol emotikon untuk melahirkan perasaan dan emosi kepada individu atau orang yang mereka kenali.

Menurut Vos, Hofte, dan Poot (2004), penggunaan IM telah mula digunakan di tempat kerja dan kajian mengenainya tidak banyak dilakukan lagi. Statistik menunjukkan pada tahun 2003, sejumlah 75 juta pengguna IM seluruh dunia aktif menggunakan IM untuk tujuan perniagaan. Dianggarkan pengguna IM akan meningkat sebanyak 400 juta pada tahun 2011 untuk tujuan tersebut (IDC, 2007). Di Amerika Syarikat pula, 21 peratus pengguna IM atau 11 juta pengguna menggunakannya di tempat kerja (Shiu & Lenhart, 2004).

Sebuah kajian mendapati bahawa satu pertiga daripada pengguna komputer menggunakan IM di tempat kerja untuk interaksi dengan rakan kerja dan pelanggan (Garrett, 2007). Penggunaan IM akan dijangkakan meningkat pada tahun 2010 dengan penambahan 250 milion akaun IM termasuk akaun perniagaan (Grantz et.al, 2007). Penggunaan yang luas IM di tempat kerja boleh dikaitkan dengan kesedaran kewujudan IM iaitu *near-synchronous communication*. Beberapa syarikat mengaplikasikan teknologi IM ke infrastruktur teknologi maklumat mereka untuk membentuk persekitaran kerja yang *multi-tasking* (Cameron & Webster, 2005).

Teknologi IM sering dilihat peranannya serupa dengan media-media lain. Namun, ada perbezaan yang signifikan. Sebagai contoh, tidak seperti pengguna e-mel, sebahagian besar pengguna IM hanya boleh menghantar mesej kepada orang lain menggunakan sistem IM yang sama, pengguna IM menghantar dan menerima mesej secara *real time* (lebih cepat berbanding e-mel) dan mesej IM biasanya lebih pendek dari e-mel. Selain itu, IM mempunyai fungsi kesedaran segera. Ia merujuk kepada kehadiran individu atau pengguna membalas mesej dengan cepat. Selain itu, kemampuan seseorang bersedia berinteraksi *online* IM (Patel, 2008). Sistem IM digunakan untuk berkomunikasi antara satu individu dengan individu lain dan dengan individu kumpulan kecil yang dikenali (Grinter & Palen, 2002). Dengan demikian, IM lebih kepada peribadi, tetapi juga lebih intrusif berbanding chat *online* (Handel & Herbsleb, 2002).

Bagi pasukan kerja yang berselerakan di merata tempat, mengendalikan projek dengan ahli pasukan memerlukan interaksi yang efektif untuk melicinkan pengurusan projek. Penggunaan IM dapat membantu ahli pasukan menyelaraskan dan melaksanakan tugas (Woerner, Yates &

Orlikowski, 2006). Selain itu, penggunaan IM dapat memperbaiki hubungan kerja berpasukan (Shiu & Lenhart, 2004).

Empat peranan utama mengenai interaksi IM di tempat kerja adalah maklumbalas terhadap pertanyaan dan penjelasan yang cepat, penyelarasan hubungan kerja secara impromptu seperti panggilan mesyuarat, pengekalan hubungan dengan kawan, fungsi untuk penerangan atau interaksi tidak rasmi mengenai kolaborasi atau kerjasama di tempat kerja (Vos, Hofte, & Poot, 2004).

Kajian oleh Nardi (2005) mendapati bahawa hubungan talian melalui penggunaan IM telah membentuk dimensi pertalian komunikasi antara perseorangan (*interpersonal communication*). Tiga dimensi yang diperkenalkan oleh beliau adalah tertarik, kesediaan dan komitmen menggunakan komunikasi perantaraan komputer. Aktiviti komunikasi dalam talian membina jaringan hubungan yang dikawal, diurus dan dirunding oleh pengguna Internet untuk hubungan ikatan sosial, ekspresi komitmen dan menarik perhatian. Nardi (2005), menggunakan kaedah etnografi (temubual pemerhatian) serta kaedah *logging* IM dan sampel terdiri daripada 20 pekerja syarikat telekomunikasi. Hasil kajiannya juga mendapati komunikasi bukan lisan seperti bahasa badan (sentuhan, makanan dan minuman, berkongsi cerita) diselitkan dalam interaksi IM. Interaksi seperti ini seakan-akan berada dalam alam realiti (komunikasi bersemuka) walaupun interaksi tersebut sebenarnya di ruang maya. Malahan, perbualan tidak formal seperti ucapan, gosip dan gurauan turut dihantar melalui IM.

Kajian oleh Meta Group (2004) terhadap 300 organisasi (soal selidik) mengenai manfaat penggunaan IM. Penggunaan IM memberikan tiga manfaat iaitu kecekapan, kehadiran, dan penjimatan kos. Dari segi kecekapan, IM memberikan maklum balas lebih cepat berbanding e-mel (78%), penyelesaian masalah cepat (74%), dan *multi-tasking* (71%). Selain itu, untuk mendapatkan perhatian seseorang (62%), untuk mendapatkan seseorang yang belum membalas suara mel (*voice mail*) atau e-mel (37%), dan untuk mengumpul maklumat (32%). Manakala kehadiran merujuk kepada kemampuan individu untuk melihat jika ada individu lain sedang atau bersedia interaksi secara *online* IM (63%). Penjimatan kos merujuk kepada percuma iaitu mengurangkan kos dengan tidak menggunakan panggilan jarak jauh (37%).

Issacs et.al (2002) melakukan kajian berdasarkan *logging* IM di tempat kerja. Mereka menemui penggunaan IM di tempat kerja adalah untuk perbincangan pekerjaan yang kompleks. Sebanyak 28% perbualan IM memudahkan interaksi dan tujuan persendirian, 31% tentang penjadualan dan koordinasi. Pengguna IM berat dan kerap berinteraksi dengan rakan sekerja berkaitan dengan kerjasama atau berkolaborasi dalam perbincangan yang memerlukan maklum balas segera. Ringan dan jarang melibatkan pengguna IM berinteraksi untuk penjadualan dan koordinasi.

Berdasarkan kajian-kajian lepas mengenai penggunaan IM didapati bahawa remaja menggunakan IM pelbagai motif. Terdapat juga kajian lepas mengenai penggunaan IM sebagai medium interaksi kerja. Justeru, kajian penggunaan IM dalam konteks organisasi Malaysia dilakukan untuk mengenal pasti kekerapan dan motif penggunaan IM di tempat kerja. Kajian ini hanya kajian awal untuk mengenal pasti sama ada teknologi IM digunakan di kalangan kakitangan organisasi.

Bahasa dan IM: Simbol dan Emotikon

Dalam komunikasi ruang siber khususnya IM, simbol bukan verbal yang lazimnya dapat dikesan di persekitaran fizikal tidak dapat dilihat. Pengguna ruang siber mengembangkan budaya berbahasa mereka sendiri dengan set norma dan nilai yang sekurang-kurangnya dapat menyelesaikan masalah merealisasikan bentuk bukan verbal ini. Pengguna juga menggunakan ciri-ciri parabahasa teks yang konvensional seperti semua tanda bacaan untuk mengekspresikan emosi dalam teks ruang siber. Sebagai contohnya, untuk menggambarkan rasa ingin tahu tanda soal (?) digunakan. Seruan (!) pula digunakan untuk menggambarkan rasa kehairanan. Simbol parabahasa teks yang lain seperti koma, titik noktah dua bertindih, noktah berkoma dan sebagainya berfungsi mengikut konvensi sebagaimana dalam komunikasi ruang sebenar (Noriah, 2003). Kadang-kadang parabahasa teks digabungkan dengan susunan huruf atau suku kata tertentu untuk mengekspresikan emosi dinamakan kata-kata aksi atau perlakuan. Kata-kata aksi ialah

abbreviations of phrases commonly used in chat, usually expressing actions people do in real life. Dalam konteks kajian ini, mesej yang dikomunikasikan melalui IM menggambarkan perasaan hati melalui sesuatu perbuatan iaitu bahasa.

Selain itu, pengguna ruang siber mewujudkan set simbol khusus untuk menggambarkan emosi ketika berkomunikasi. Set simbol ikon yang dimaksudkan ialah emotikon dan aksikon. Emotikon merupakan simbol tipografi (ikon atau huruf) yang dilihat dengan cara menyendangkan kepala ke kiri atau menegak. Misalnya, dua emotikon yang paling popular, iaitu yang menggambarkan keriang dan kesedihan boleh dilihat secara menyendeng atau menegak, yakni :) / :-) dan ☺ secara menegak, atau :(/ :-(dan ☹ secara menegak. Simbol-simbol ini digunakan untuk menggambarkan emosi dalam komunikasi (khususnya komunikasi bukan verbal ruang siber) kerana dalam komunikasi sebegini unsur-unsur bahasa badan (termasuk suara) tidak dapat digunakan untuk tujuan yang sama. Emotikon juga digunakan untuk menggambarkan perasaan yang tidak dapat digambarkan dengan jelas menerusi parabahasa teks (Noriah, 2003).

Memandangkan kajian ini akan menganalisis teks perbualan IM, maka pengkaji menyelitkan sorotan literatur mengenai penggunaan simbol dan emotikon. Ini dapat membantu pengkaji mengenal pasti bentuk simbol dan emotikon yang digunakan dalam perbualan IM oleh kakitangan organisasi.

Metodologi Kajian

Reka bentuk kajian yang digunakan adalah kuantitatif iaitu kaedah tinjauan soal selidik. Soal selidik adalah satu alat yang penting bagi seseorang pengkaji kerana kualiti atau mutu soal selidik akan menentukan akan menentukan nilai penyelidikan pada keseluruhannya (Syed Arabi Idid, 1998). Pengkaji memberi perhatian berat terhadap pembentukan soal selidik kerana soal selidik adalah instrumen untuk mendapatkan data daripada responden. Soal selidik boleh dianggap juga sebagai satu usaha menyampaikan rangsangan bagi mendapatkan jawapan daripada responden. Tinjauan kaji selidik membolehkan pengkaji menggunakan maklumat dan data sedia ada sebagai sumber maklumat utama. Malahan data juga boleh terus digunakan untuk menjawab objektif kajian (Wimmer & Dominick, 1997).

Menurut Babbie (2004), kaedah tinjauan soal selidik sering kali digunakan di dalam kajian di mana unit analisis adalah individu manusia. Tambahan pula tinjauan kaji selidik juga merupakan kaedah pengumpulan data terbaik apabila wujud situasi di mana populasi kajian adalah terlalu besar. Bagi menentukan responden yang dipilih mewakili populasi kajian, kaedah persampelan bertujuan digunakan dalam kajian ini dengan memilih organisasi bertaraf MSC. Penggunaan persampelan bertujuan adalah untuk membolehkan pengkaji menentukan responden yang sesuai dan khusus dengan tujuan kajiannya. Ada juga di kalangan sarjana yang menggunakan persampelan ini pada peringkat awal dan permulaan mereka semata-mata untuk tujuan tertentu seperti menguji bentuk soal selidik atau mendapatkan maklumbalas yang cepat. Walaupun begitu, penemuan daripada kajian yang menggunakan persampelan ini tidak mewakili populasi tertentu namun ia sekurang-kurangnya dapat memberikan gambaran permulaan tentang bidang kajian (Syed Arabi Idid 1998; Wimmer & Dominick, 1997).

Kajian ini telah dijalankan di seluruh Semenanjung Malaysia serta Sabah dan Sarawak yang melibatkan 1863 organisasi yang bertaraf MSC Malaysia. Menurut statistik yang didapati dari laman web direktori *Multimedia Development Corporation* (MDeC) (<http://www.msomalaysia.my/topic/Company+Diractory>) sebanyak 1863 organisasi (sehingga 16 September 2008 – Selasa) bertaraf MSC Malaysia dari tahun 1997 hingga 2008. Pengkaji menghubungi sendiri dengan menghantar e-mel kepada seorang pegawai (*Executive-MSOM Malaysia Client Contact Centre*) pada 15 September 2008 (Isnin) untuk mendapatkan direktori organisasi bertaraf MSC. Pegawai tersebut telah memaklumkan bahawa direktori organisasi bertaraf MSC boleh didapati dari laman web <http://www.msomalaysia.my/topic/Company+Diractory>. Untuk itu, pengkaji telah mendapatkan jumlah organisasi dan menghubungi 1816 organisasi bertaraf MSC untuk mendapatkan maklumat dan pandangan staf tentang tujuan penyelidikan ini. Staf yang terlibat sebagai responden kajian ini terdiri daripada Jabatan Pembangunan Sumber Manusia, Teknologi Maklumat dan Pengarah Syarikat di organisasi tersebut.

Populasi kajian yang mencecah hingga 2000 organisasi dan saiz sampel yang dicadangkan dalam kajian ini adalah 323 organisasi mengikut Jadual Penentuan Saiz Sampel (<http://www.ieee.org/web/aboutus/research/sampel.html>; Rea & Richard, 1997; Krejcie & Daryle, 1970). Penyelidik menghubungi 1816 organisasi untuk tujuan penyelidikan ini. Daripada 1816 organisasi, hanya 379 organisasi bertaraf MSC seluruh Malaysia memberikan maklumabala soal selidik yang telah dihubungi melalui telefon dan e-mel. Pengumpulan data dilakukan dalam masa sebulan, dua minggu dan dua hari bermula dengan Fasa 1 (22 September – 24 Oktober 2008) dan Fasa 2 (28 Oktober – 10 November 2008). Temuramah dilakukan melalui telefon antara pengkaji dan responden organisasi dan mengambil masa lima minit bagi setiap 341 organisasi. Manakala 38 organisasi yang dihubungi melalui telefon dan meminta pengkaji menghantar e-mel soal selidik dan surat kebenaran kepada mereka. Responden tersebut memberikan kerjasama dan maklumbalas soal selidik kepada pengkaji.

Analisis dan Hasil Kajian

Data telah dianalisis dalam bentuk diskriptif dan hasil kajian ini untuk objektif pertama iaitu mengenal pasti kekerapan penggunaan IM di kalangan kakitangan organisasi. Berikut adalah penerangan analisis dan hasil kajian:

Penggunaan *Instant Messaging* Di Organisasi Bertaraf MSC

Berdasarkan Jadual 1, sejumlah 73.6% organisasi bertaraf MSC menggunakan IM untuk interaksi hubungan kerja. Manakala 26.4% tidak menggunakan IM di tempat kerja

Jadual 1: Penggunaan *Instant Messaging* Di Organisasi Bertaraf MSC (n=379)

Item	Bilangan	Peratus
Ya	279	73.6
Tidak	100	26.4

Jenis Penggunaan *Instant Messaging* Di Organisasi Bertaraf MSC

Berdasarkan Jadual 2, 40.9% atau 114 organisasi menggunakan *Yahoo Messenger* untuk interaksi hubungan kerja, diikuti pula 27.6% (77 organisasi) menggunakan *MSN Messenger* dan 19% (53 organisasi) menggunakan jenis *Skype*. Terdapat juga organisasi mempunyai *Instant Messaging* rasmi organisasi seperti *Multimedia Conferencing System*, *Real Pop Up*, *Motorola Instant Messaging V3*, *IP Messenger*, *Sametime*, *Microsoft Messenger*, dan lain-lain lagi.

Jadual 2: Jenis Penggunaan *Instant Messaging* Di Organisasi Bertaraf MSC (n=279)

Item	Bilangan	Peratus
<i>Yahoo Messenger</i>	114	40.9
<i>MSN Messenger</i>	77	27.6
<i>Skype</i>	53	19.0
<i>Google Talk</i>	6	2.2
<i>Windows Messenger</i>	4	1.4
<i>Hotmail Messenger</i>	3	1.1
<i>Jabber</i>	2	0.7
<i>Outlook Express Messenger</i>	2	0.7
<i>ICQ</i>	1	0.4
<i>Multimedia Conferencing System</i>	1	0.4

<i>Real Pop Up</i>	1	0.4
<i>Motorola Instant Messaging V3</i>	1	0.4
<i>IP Messenger</i>	1	0.4
<i>Microsoft Messenger</i>	1	0.4
<i>Sametime</i>	1	0.4
<i>Insys</i>	1	0.4
<i>Lotus Note-IBM</i>	1	0.4
<i>Zimpra</i>	1	0.4
<i>PSI</i>	1	0.4
<i>EMO</i>	1	0.4
<i>Internal Messenger Office Communicator</i>	1	0.4
<i>Bullhorn</i>	1	0.4
<i>Group Wise Novell</i>	1	0.4
<i>ASPX</i>	1	0.4
<i>MS Office Communicator</i>	1	0.4
<i>Communicator</i>	1	0.4

Kekerapan Peratusan Penggunaan IM Dalam Hubungan Kerja

Jadual 3 pula menunjukkan kekerapan peratusan penggunaan IM dalam interaksi kerja. Dapatan kajian mendapati bahawa 279 organisasi menggunakan IM untuk tujuan interaksi hubungan kerja. Daripada jumlah tersebut, 73 organisasi (26.2%) menggunakan IM kurang daripada 20 peratus. Ini diikuti 61 organisasi (21.9%) menggunakannya antara 21 hingga 40 peratus. Hanya 41 organisasi (14.7%) menggunakannya dalam lingkungan 41 hingga 60 peratus.

Jadual 3: Kekerapan Peratusan Penggunaan IM (n=279)

Item	Bilangan	Peratus
<i>Instant Messaging</i>		
Kurang daripada 20 peratus	73	26.2
21 – 40 peratus	41	14.7
41 – 60 peratus	51	18.3
61 – 80 peratus	61	21.9
Lebih daripada 81 peratus	53	19.0

Selain itu, kajian ini juga menggunakan kaedah kualitatif iaitu analisis perbualan dengan menganalisis kandungan perbualan IM. Analisis perbualan merupakan kajian tentang perbualan interaksi (sama ada lisan dan bukan lisan dalam situasi kehidupan seharian). Umumnya, analisis perbualan untuk menggambarkan keteraturan, struktur dan pola interaksi berurutan sama ada di organisasi mahupun dalam perbualan santai. Diinspirasikan oleh bidang etnometodologi (contohnya Harold Garfinkel dan Erving Goffman), perbualan analisis dibangunkan pada akhir 1960-an dan awal 1970-an terutama oleh sosiologi Harvey Sacks dan rakannya Emanuel Schegloff dan Gail Jefferson. Hari ini, analisis perbualan merupakan kaedah yang digunakan dalam sosiologi, antropologi, linguistik, komunikasi pidato dan psikologi. Hal ini terutama berpengaruh dalam interaksional linguistik, analisis wacana dan psikologi diskursif (Psathas, 1995).

Menurut Marshall (1998), analisis perbualan merupakan sebuah kaedah penyelidikan yang mengambil perbualan dalam tatacara kehidupan nyata sebagai objek kajian, hubungan sosial, dan hubungan kekuasaan peserta. Analisis perbualan bermula daripada bidang etnometodologi dan sosiolinguistik, bermula dari dasar fikiran bahawa perbualan adalah salah

satu pusat aktiviti kehidupan sosial, dan melalui kehidupan sosial yang terancang. Oleh itu, analisis perbualan menetapkan pola merakam perbualan untuk mengenal pasti peraturan-peraturan asas yang membolehkan komunikasi diteruskan dengan cara yang teratur. Ia menfokuskan pada struktur, irama, dan ciri lain dari interaksi verbal, yang lazimnya interaksi diad atau kumpulan kecil. Perbincangan interaksi direkodkan untuk dianalisis kandungan maklumat. Keputusan kajian telah membuktikan terdapat penjelasan maklumat tersembunyi interaksi manusia yang mempunyai kepentingan tertentu dalam memahami kehidupan nyata. Analisis perbualan biasanya melibatkan perbualan rakaman video atau rakaman audio, dan kemudian dianalisis dengan terperinci. Contohnya, mencatatkan berapa kali seseorang mencelah individu lain, bagaimana perbualan ini bermula, dan mengira tempoh berhenti atau diam.

Sementara itu, analisis kandungan ditakrifkan sebagai satu penghuraian yang objektif dan sistematik bagi suatu kandungan tersurat yang terdapat dalam bentuk komunikasi yang merupakan mesej yang telah dicetak, disiarkan atau digambarkan. Bahagian mesej itu dapat didengar, diperolehi atau dilihat. Dengan demikian ia adalah satu teknik mengumpul data dan menganalisis kandungan teksnya. Kandungan teks itu merujuk pada perkataan, maksud, gambar, simbol, idea, tema atau apa sahaja mesej yang telah dikomunikasi (Krippendorf, 1980; Babbie, 2004). Budd, Thorp dan Donohew (1967) menyatakan analisis kandungan adalah alat untuk pemerhatian dan penganalisaan perlakuan komunikasi terbuka oleh komunikator-komunikator yang terpilih.

Dalam kajian ini contoh perbualan IM (*MSN Messenger*, *Yahoo Messenger* dan *Skype*) digunakan untuk menganalisis kandungan tema mesej IM. Contoh perbualan IM diperolehi daripada organisasi dengan menggunakan pendekatan *logging* iaitu kakitangan menyenaraikan perbualan mereka yang berkaitan dengan pengurusan tugas. Mesej perbualan IM dianalisis dan dikategorikan mengikut tema. Data dianalisa menggunakan analisis tema dari sudut bidang komunikasi.

Pensampelan digunakan adalah pensampelan mudah dan pensampelan bertujuan. Pensampelan mudah bertujuan memudahkan penyelidik memilih responden dengan menggunakan caranya tersendiri. Ini bermakna sesiapa yang dihubungi akan dijadikan responden. Maklumat daripada pensampelan berguna untuk mengkaji perkara-perkara yang tidak menekankan sampel yang mewakili jumlah populasi (Rohana, 2004). Pensampelan mudah selalunya digunakan dalam fasa penerokaan sesuatu kajian atau apabila pengkaji memerlukan sampel dengan segera. Oleh itu, pengkaji akan mendapatkan sampel di tempat yang dikenal pasti untuk memberikan maklumat yang diperlukan. Kaedah ini adalah satu kaedah pensampelan bagi mendapatkan maklumat mudah, cepat dan berkesan. Pensampelan bertujuan pula membolehkan pengkaji menentukan responden yang sesuai dan khusus dengan tujuan kajiannya. Pengkaji mengambil sampel bertujuan untuk mendapatkan data dan maklumat yang dikehendaki dalam menjawab persoalan kajian (Rohana, 2004). Pensampelan bertujuan digunakan bagi mengumpul maklumat daripada sekumpulan sampel yang khusus dan spesifik serta bertepatan dengan objektif kajian. Sampel yang akan dipilih memenuhi kriteria atau ciri yang ditetapkan dalam kajian dan tergolong dalam populasi kajian.

Sebanyak lima organisasi berbeza (telekomunikasi, pembangunan perisian, Internet perniagaan, perkhidmatan sokongan ICT dan pembangunan produk) dijadikan sampel dalam kajian ini. Pemilihan lima organisasi ini disebabkan mereka mempunyai teknologi IM dan berinteraksi berkaitan dengan urusan kerja. Pengkaji hanya memperolehi lima sampel perbualan IM kerana kebanyakan organisasi tidak memberikan kerjasama dan tidak membenarkan perbualan IM diberikan kepada pengkaji. Ini adalah kerana kerahsiaan maklumat, identiti kakitangan dan imej organisasi perlu dijaga atas kepentingan tertentu. Bagi menjamin kerahsiaan maklumat organisasi, sampel perbualan IM yang diperolehi telah ditukar nama organisasi. Nama organisasi ditukarkan kepada nama lain iaitu organisasi A, organisasi B, organisasi C, organisasi D dan organisasi E.

Dari segi lokasi kajian, lokasi yang terlibat adalah Kuala Lumpur dan Selangor. Secara keseluruhan, 10 responden terdiri daripada enam orang adalah perempuan dan empat orang pula adalah lelaki. Dari segi bangsa pula, tujuh orang adalah Melayu, dua orang adalah Cina dan hanya seorang sahaja berketurunan India. Responden kajian ini berumur dalam lingkungan antara 23 hingga 32 tahun. Kakitangan dalam kajian ini terdiri daripada pihak pengurusan atasan (3

pemimpin pasukan), pengurusan pertengahan (6 eksekutif) dan pengurusan bawahan (1 setiausaha).

Analisis dan Hasil Kajian

Bagi objektif kajian kedua iaitu mengenal pasti motif penggunaan IM di tempat kerja, hasil kajian dianalisis berdasarkan lima contoh rakaman perbualan IM. Setiap perbualan dihuraikan secara ringkas dan mengandungi tema tertentu. Berikut adalah dapatan kajian perbualan IM:

Perbualan 1:

Liza (09:15:20 AM): Sofiya

Sofiya (09:15:22 AM): Ya.....Pn. Liza

Liza (09:15:25 AM): Saya mahu awak siapkan minit mesyuarat hari tu....bila saya balik *outstation* minit mesyuarat tu dah siap... ada atas meja saya...satu lagi maklumkan kepada staf lain, saya nak adakan mesyuarat minggu depan

Sofiya (09:15:35 AM): Ok..minit mesyuarat akan saya siapkan....bila puan liza nak adakan mesyuarat...

Liza (09:15:37 AM): *Check* jadual sayasetakat ni 2 September 2008 (Selasa), saya tiada temujanji dengan mana-mana *client* kan...

Sofiya (09:15:40 AM): *yes*...2hb September puan *free*..tiada *appointment*

Liza (09:15:41 AM): *Orait...please booking this date for meeting. Inform the staff meeting on the September 2, 2008...masa meeting pukul 10.00 pagi at Meeting Room.*

Sofiya (09:15:45 AM): Nanti, saya *informkan* pada staf melalui memo dan emel.

Liza (09:15:45 AM): TQ :-)

Sofiya (09:15:46 AM): *You're welcome*

Contoh 1: Perbualan *Instant Messaging* di Tempat Kerja di Organisasi

Rumusan: Mesej yang dihantar oleh majikan kepada kakitangan menunjukkan aliran komunikasi dan maklumat mengenai mesyuarat. Malah, makluman tarikh dan masa mesyuarat telah ditetapkan oleh majikan. Mobiliti kerja di mana majikan berada di luar kawasan telah memberikan arahan mesej dan peringatan tugas kepada kakitangannya. Faktor jarak dan geografi yang jauh bukan penghalang untuk seseorang itu berhubung dan menyalurkan maklumat.

Tema Perbualan: Analisis perbualan (contoh 1) bertemakan **maklumat arahan kerja** dari majikan kepada kerani mengenai minit mesyuarat dan **memaklumkan kepada staf** organisasi mengenai mesyuarat yang diadakan pada 2 September 2008, di Bilik Mesyuarat. Contoh perbualan IM ini juga diselitkan dengan **mesej penghargaan terima kasih** majikan kepada keraninya yang akan membuat tindakan dan susulan dari arahnya. **Kewujudan tanda emotikon** seperti :-) (**gembira atau suka**) diselitkan dalam perbualan Liza kepada Sofiya, **melahirkan perasaan berterima kasih atas kerjasama yang diberikan.**

Perbualan 2:

Khor (11:30:15 AM): Mas...ada kat *online* ke

Mastura (11:30:17 AM): Ye....ada apa Khor? Boleh i tau...

Khor (11:30:18 AM): Bos, minta kita sediakan kertas cadangan strategi pemasaran produk baru tu.....

Mastura (11:30:20 AM): Hm...kan masa mesyuarat hari tu kita dah bincangkan strateginya sekali

Khor (11:30:22 AM): ya...tapi kali ni bos mahu kita *detailkan* lagi maklumat strategi..dia mahu kita *present* kat dia minggu depan...

Mastura (11:30:24 AM): *What? Next week...oh no!!!!!!*..bertambah la lagi demam i....mana sempat...nak kena buat *research* lagi pasal produk tu

Khor (11:30:26 AM): Nak buat macam mana...dah *our boss*...i harap u tolong i.....esok u masuk ofis kan..jangan pula tambah cuti lagi. i dah pening kepala ni takde *partner* yang boleh beri idea :-)

Mastura (11:30:24 AM): Cuti sakit hari ni je....Esok i dah masuk ofis... *don't worry*, esok kita akan *discuss* pasal strategi produk baru tu.....*i will help you :-)*

Khor (11:30:26 AM): *Thank you very much :-)*....lega hati i.....u akan datang esok...harap u cepat sihat..jangan lupa makan ubat demam tu...ok, *take care*....*C u tomorrow. Bye*...

Mastura (11:30:28 AM): *Bye*.....

Contoh 2: Perbualan *Instant Messaging* di Tempat Kerja di Organisasi B

Rumusan: Ia mengenai isu hubungan kerja yang melibatkan kertas cadangan strategi produk pemasaran di sebuah syarikat. Aliran mesej berlaku di antara dua orang staf di mana salah seorang daripada staf berhubung melalui IM untuk memaklumkan maklumat kertas cadangan tersebut kepada rakan sekerjanya yang tidak bekerja dan cuti sakit. Majikan telah mengarah mereka menyediakan dan membentangkan kertas cadangan strategi pemasaran produk baru.

Tema Perbualan: Analisis perbualan (contoh 2) bertemakan **maklumat arahan kerja** dari staf kepada rakan sekerja. Arahan majikan mengenai maklumat kertas cadangan strategi pemasaran produk baru perlu disediakan dan dibentangkan di hadapan majikan. Untuk mendapatkan maklumat tersebut, perbincangan dengan rakan sekerja perlu untuk memastikan maklumat kertas cadangan tersebut lengkap. Pada masa yang sama staf yang bernama Mastura yang tidak sihat (demam) dan cuti sakit **meluahkan perasaan** dengan arahan ketua dalam keadaannya yang demam. Namun, beliau akan memberikan bantuan kepada rakannya, Khor untuk menyiapkan kertas cadangan tersebut. Contoh perbualan IM ini juga diselitkan **mesej hubungan perseorangan, hubungan emosi, kasih sayang, nasihat dan penghargaan terima kasih** oleh Khor kepada Mastura atas kerjasama beliau dan berharap Mastura sembuh dari demam.

Kewujudan **tanda emotikon seperti :-)** (**gembira atau suka**) diselitkan dalam perbualan IM, **melaahirkan perasaan berterima kasih atas kerjasama** yang diberikan. **Tanda emotikon seperti sedih :-(, dan simbol !!!!!** (**terperanjat atau terkejut**) diselitkan juga dalam perbualan ini.

Perbualan 3:

Hisham (15:45:20 PM): Zak, esok jangan lupa kita ada perbincangan dengan *client* di luar

Razak (15:45:25 pM): *Yes, I ingat*

Hisham (15:45:29 PM): *U dah sediakan all document untuk present depan client esok*

Razak (15:45:33 PM): Document lain dah siap *except budget section*. Ada perubahan sedikit dari segi *budget especially on maintenance*

Hisham (15:45:37 PM): Nak *I* bantu?

Razak (15:45:40 PM): *It's ok. I boleh settle kan. Dah nak siap pun budget tu.*

Hisham (15:45:45 PM): Berapa *u* letak *maintenance budget*? Masa kita bincang dengan *customer* minggu lepas dia minta kita kurangkan bahagian *maintenance*

Razak (15:45:49 PM): Proposal yang asal kita letak RM5000, tapi *I* betulkan balik *budget* tu dalam *proposal* baru dengan *amount* baru RM4000

Hisham (15:45:53 PM): Ok *budget* tu, cuma kena berikan *reason* kepada *client* nanti. Ok Zak, *I* ada *discussion*. So jumpa *u* esok.

Contoh 3: Perbualan *Instant Messaging* di Tempat Kerja di Organisasi C

Rumusan: Isu hubungan kerja yang melibatkan peringatan rakan sekerja tentang perjumpaan bersama dengan pelanggan. Pada masa yang sama semakan dan pembetulan kertas cadangan dari segi perbelanjaan *maintenance* telah diubahsuai mengikut keperluan pelanggan. Aliran mesej berlaku di antara dua orang staf di mana salah seorang daripada staf adalah ketua (Hisham) berhubung melalui IM untuk memaklumkan perjumpaan dengan pelanggan di samping perbelanjaan *maintenance* kepada staf (Razak). Rakan sekerjanya telah memaklumkan beliau telah menyiapkan perbelanjaan tersebut mengikut kehendak pelanggan.

Tema Perbualan: Analisis perbualan (contoh 3) bertemakan **maklumat peringatan** dari ketua kepada staf. Ketua memberikan peringatan mengenai perbincangan kertas cadangan dan perbelanjaan penyelenggaraan bersama dengan pelanggan. Staf telah menyiapkan maklumat kertas cadangan termasuklah perbelanjaan penyelenggaraan.

Perbualan 4:

Siva (10:05:01 AM): Hari Ahad ni, kita kena keja lagi Nora :-(
Nora (10:05:05 AM): Ya..
Siva (10:05:08 AM): letih gak keja hari ahad ni
Nora (10:05:13 AM): Apa nak buat, dah nama pun keja kan. BTW [*By the way*] sy nak tanya *u* dah siapkan aturcara untuk program ahad ni
Siva (10:05:16 AM): dah siap
Nora (10:05:18 AM): Boleh tak *u* e-mel pada sy atur cara tu, *I* nak *check first* sebelum kita hantar untuk cetak
Siva (10:05:24 AM): *no problem*, sy e-melkan sekarang
Nora(10:05:27 AM): TQ [Thank you]

Contoh 4: Perbualan *Instant Messaging* di Tempat Kerja di Organisasi D

Rumusan: Interaksi mengenai reaksi kakitangan (Siva) yang berasa sedih kerana terpaksa bekerja pada hari Ahad. Tetapi rakan sekerjanya (Nora) memberikan nasihat ia adalah tuntutan kerja. Pada masa yang sama Nora memberikan arahan kepada Siva tentang maklumat aturcara program pada hari Ahad. Nora juga meminta Siva menghantar melalui e-mel aturcara tersebut untuk disemak oleh beliau sebelum ianya dicetak

Tema Perbualan: Analisis perbualan (contoh 4) bertemakan **maklumat sosial dan hubungan emosi** di mana Siva **melahirkan perasaan sedih** kepada Nora mengenai hari Ahad terpaksa bekerja. Nora memberikan nasihat kepada Siva, ia adalah kerja dan kehendak organisasi. Nora juga **meminta maklumat** dari Siva menghantar e-mel aturcara program Ahad untuk penyemakan. Contoh perbualan IM ini juga diselitkan dengan **mesej penghargaan terima kasih** Nora kepada Siva kerana memberikan maklum balas dari arahan tersebut. Terdapat juga **penggunaan emotikon** :- (sedih) dimuatkan dalam perbualan ini.

Perbualan 5:

Linda (14:21:03 PM): Mary, *u* ada tak salinan kertas cadangan yang kita bincang hari tu

Mary (14:21:05 PM): Ada, nak buat apa?

Linda (14:21:07 PM): *I* nak minta satu *copy* untuk *submit* pada bos, *yesterday* bos minta dia nak tengok *proposal* tu

Mary (14:21:11 PM): Nanti *I* buat *copy* bagi kat *secretary u*

Linda (14:21:12 PM): Satu lagi, sebelum *I* lupa, *u* tolong *discuss* dengan Silvia *design T-shirt* Hari Keluarga *company*. Nanti *I* balik *outstation* *I* nak tengok *design* tu

Mary (14:21:15 PM): Silvia, hari ni dia cuti, esok baru dia masuk ofis. Nanti *I* tolong *check design* T-shirt tu

Linda (14:21:20 PM): K [Ok]. Thank you

Mary (14:21:22 PM): :-)

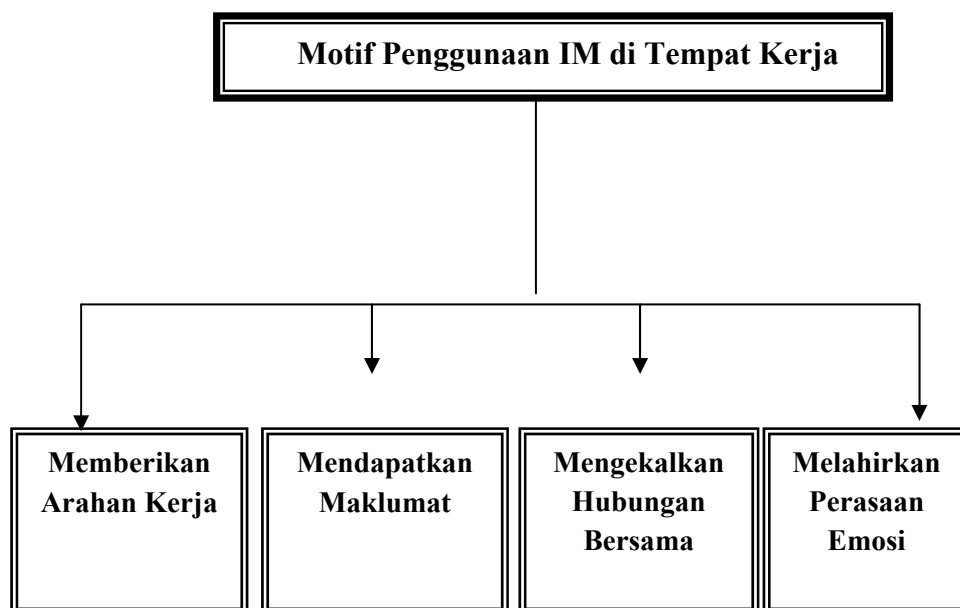
Contoh 5: Perbualan *Instant Messaging* di Tempat Kerja di Organisasi E

Rumusan: Ia mengenai isu hubungan kerja yang melibatkan kertas cadangan. Linda mengarahkan Mary supaya menghantar salinan kertas cadangan kepadanya. Kertas cadangan telah diminta oleh ketua mereka. Linda juga meminta Mary berbincang dengan Silvia (*designer*) tentang reka bentuk *T-shirt* untuk Hari Keluarga syarikat. Mary menerima arahan daripada Linda dan menyatakan beliau akan menyerahkan satu salinan kertas cadangan kepada setiausaha Linda serta akan berbincang dengan Silvia mengenai reka bentuk T-shirt tersebut.

Tema Perbualan: Analisis perbualan (contoh 5) bertemakan **maklumat arahan kerja** dari staf (Linda) kepada rakan sekerja (Mary). Arahan mengenai maklumat kertas cadangan dan Linda mengarahkan Mary memberikan salinan kertas cadangan kepadanya untuk rujukan ketua. Mary menyatakan beliau akan menyerahkan salinan tersebut kepada setiausaha Linda. Di samping itu, Linda juga meminta bantuan Mary untuk menyemak reka bentuk T-shirt Hari Keluarga syarikat dari Silvia (*designer*) sebelum beliau balik dari kerja luar. Contoh perbualan IM ini juga diselitkan **penghargaan terima kasih** oleh Linda kepada Mary yang memberikan **kerjasama** membantunya melaksanakan kerja semasa ketiadaan beliau di pejabat. Penggunaan **emotikon seperti :-)** (**gembira atau suka**) diselitkan sebagai **tanda ucapan terima kasih atas kerjasama yang diberikan**.

Ringkasan Analisis Perbualan Mesej IM

Daripada beberapa tema yang diperolehi dari data, ia boleh dikategorikan kepada empat tema. Tema motif penggunaan IM diringkaskan dalam Rajah 1:



Rajah 1: Motif Penggunaan IM Di Tempat Kerja

KESIMPULAN

Dalam era globalisasi secara tidak langsung perkembangan teknologi komunikasi seperti IM telah membantu kakitangan organisasi menggunakan IM untuk berinteraksi. Hasil kajian menunjukkan bahawa 73 kakitangan menggunakan IM kurang daripada 20 peratus untuk interaksi kerja. Dari segi motif menggunakan IM, dapatan kajian mendapati kakitangan menggunakan IM untuk memberikan arahan kerja, mendapatkan maklumat, mengekalkan hubungan bersama, dan meluahkan perasaan. Hasil kajian juga mendapati bahawa penggunaan simbol dan emotikon diselitkan dalam perbualan IM untuk melahirkan perasaan emosi kakitangan ketika berbual dengan rakan sekerja mereka. Berdasarkan dapatan kajian ini, penggunaan IM bukan sahaja digunakan oleh remaja tetapi turut digunakan di organisasi sebagai medium keperluan kerja. Faktor jarak, masa dan geografi tidak menghalang seorang kakitangan berinteraksi dengan rakan sekerja walaupun berada di tempat lain atau berurusan kerja di luar.

Penyelidikan penggunaan IM di organisasi Malaysia masih kurang diterokai. Kajian ini hanya kajian awal untuk mengenal pasti kewujudan dan penggunaan IM di organisasi Malaysia. Pengkaji hanya dapat memperolehi lima contoh perbualan IM dari lima organisasi berbeza. Faktor kurangnya komitmen dan kerahsiaan identiti serta imej organisasi perlu dijaga oleh kakitangan menyukarkan pengkaji mendapatkan contoh perbualan IM dari organisasi.

Walaupun terdapat limitasi mendapatkan maklumat motif penggunaan IM tetapi kajian ini telah membuktikan bahawa teknologi IM digunakan di tempat kerja. Kajian penggunaan IM harus diperluaskan terutama penyelidikan IM dalam komunikasi organisasi, komunikasi diad, komunikasi kumpulan kecil dan komunikasi perantaraan komputer.

Penghargaan

Penulis ingin mengambil kesempatan ini untuk merakamkan penghargaan terima kasih kepada Kementerian Pengajian Tinggi dan Universiti Utara Malaysia kerana memberikan biasiswa pengajian PhD yang sedang diikutinya. Penulis juga ingin mengucapkan terima kasih kepada Universiti Sains Malaysia atas bantuan kewangan (*Postgraduate Research Grant Scheme*) bagi membiayai kos penyelidikan ini.

RUJUKAN

- Anderson, W. P. (1995). Gender roles and self-esteem: A consideration of environmental factors. *Journal of Counseling and Development*, 73(3), 323-327.
- Babbie, E. (2004). *The practice of social research* (9th ed). Belmont: Wadsworth Publishing Company.
- Budd, R., Thorp, R. K., & Donohew, C. (1967). *Content analysis of communication*. New York: MacMillan.
- Callaghan, D. (2008, June 28). Picking up the IM pieces. *E-Week*.
Cameron, A. F., & Webster, J. (2005). Unintended consequences of emerging communication technologies: Instant Messaging in the workplace. *Computers in Human Behavior*, 21(1), 85-103.
- Castelluccio, M. (1999). E-mail in real time. *Strategic Finance*, 81(3), 34-37.
- Cho, H.-K., Trier, M., & Kim, E. (2005). The use of instant messaging in working relationship development: A case study. Retrieved May 5, 2010, from <http://jcmc.indiana.edu/vol10/issue4/cho.html>.
- Fenner, G. H., & Renn, R. W. (2004). Technology-assisted supplemental work: Constructing definition and a research framework. *Human Resource Management*, 43(2 & 3), 179-200.
- Folger, J. P., Poole, M. S., & Stutman, R. K. (2005). *Working through conflict: Strategies for relationships, groups and organizations* (5th ed). Boston: Pearson Education, Inc.
- Goldsborough, R. (2001). Instant messaging for instant communications. *Link-Up*, May 18-June 7.
- Gantz, J. F., Reinsel, D., Chute, C., Schlichting, W., McArthur, J. & Minton, S. (2007). *The expanding digital universe: A forecast of worldwide information growth through 2010: An IDC white paper - sponsored by EMC*.
- Garrett, R. K., & Danziger, J. N. (2007). IM=Interruption management? Instant messaging and disruption in the workplace. Retrieved May 5, 2010, from <http://jcmc.indiana.edu/vol13/issue1/garrett.html>
- Green, L. (2001). *Communication, technology and society*. London: Sage Publications.
- Grinter, R. R., & Palen, L. (2002). Instant messaging in teen life. In *Proceedings of the 2002 ACM Conference on Computer Supported Cooperative Work* (pp. 21-30). New York: ACM Press.
- Guan, J., & Alkinkemer, K. (2002, August 9-11). *Instant Messaging: Chatting with your customers online and beyond*. Paper presented at the eight Americas conference on information systems, Dallas, Texas
- Handel, M., & Herbsleb, J. D. (2002). What is Chat doing in the workplace? Retrieved May 5, 2010, from http://conway.isri.cmu.edu/~jdh/collaboratory/research_papers/cscw-2002.pdf.
- Hu, Yu., Wood, J. F., Smith, V. & Westbrook, N. (2004). Friendship through IM: Examining the relationship between instant messaging and intimacy. Retrieved August 19, 2008, from <http://jcmc.indiana.edu/vol10/issue1/hu.html>.
- Hwang, H. S., & Lombard, M. (2006). Understanding Instant Messaging: Gratifications and social presence. Retrieved July 18, 2008, from <http://www.temple.edu/ispr/prev.conferences/proceedings/2006/Hwang%20and%20Lombard.pdf>.
- IDC. (2007). *Worldwide enterprise Instant Messaging applications and management products 2007-2011 forecast: UC mania puts spotlight on EIM*, Doc#209596
- IEEE. (2008). Sample sizes. Retrieved November 4, 2008, from <http://www.ieee.org/web/aboutus/research/sample.htm>.
- Isaacs, E., Walendowski, A., Whittaker, S., Schiano, D. J., & Kamm, C. (2002). The character, functions, and styles of instant messaging in the workplace. Retrieved May 5, 2010, from <http://dis.shef.ac.uk/stevewhittaker/IM-CSCW02-final.pdf>.
- Krejcie, R.V. & Daryle, W. M. (1970). Determining sample size from research activities. *Education and Psychological Measurements*, 30, 607-610.
- Krippendorff, K. (1980). *Content analysis: An introduction to its methodology*. Syracuse, NY: Syracuse University Bookstore.
- Lerner, J. & Tirole, J. (2000). The simple economics of open source. Retrieved July 15, 2008, from <http://www.people.hbs.edu/jlerner/simple.pdf>.
- Leung, L. (2001). College student motives for chatting on ICQ, *New Media & Society*, 3(4), 483-500.
- Marshall, G. (1998). *Conversation analysis: A dictionary of sociology*. Retrieved May 05, 2010 from <http://www.encyclopedia.com/doc/1O88-conversationanalysis.html>.
- Meta Group. (2004). 57% of employees use work instant messaging for personal reasons, According to META Group; Advice to CIOs: At minimum, develop an IM policy now to regulate use. Retrieved May 5, 2010, from <http://www.thefreelibrary.com/57%25+of+Employees+Use+Work+Instant+Messaging+for+Personal+Reasons...-a0124492113>
- Microsoft Corporation. (2007). Shifting consumer media habits drive Malaysian advertisers online. Retrieved July 23, 2008, from <http://www.microsoft.com/Malaysia/press/linkage4336.msp>.
- Multimedia Development Corporation. (2008). Company directory. Retrieved September 18, 2008, from <http://www.mscomalaysia.my/topic/Company+Directory>.
- Nardi, B. A. (2005). Beyond bandwidth: Dimensions of connection in interpersonal communication. *Computer-Supported Cooperative Work*, 14, 91-130.
- Nardi, B. A., Whittaker, S., & Bradner, E. (2000). Interaction and outreaction: Instant Messaging in action. Retrieved August 22, 2008, from http://dis.shef.ac.uk/stevewhittaker/outreaction_CSW2000.pdf.
- Noriah Mohamed. (2003). *Beberapa topik asas sosiolinguistik*. Kuala Lumpur: Utusan Publications & Distributors Sdn Bhd.
- Normark, D., & Esbjornsson, M. (2005). The mobile workplace: Collaboration in a vast setting. In M. Wiberg (Ed.), *The interaction society: Practice, theories and supportive technologies* (pp. 251-270). Hershey PA: Information Science Publishing.

- Patel, A. J. (2008). The impact of instant messaging in the workplace. Retrieved May 5, 2010, from http://www.mangospring.com/ce/whitepapers/Impact_of_IM_at_workplace.pdf
- Pauleen, D. J., & Yoong, P. (2001). Facilitating virtual team relationship via Internet and conventional communication channels. *Internet Research: Electronic Networking Applications and Policy*, 3, 190-202.
- Pembroke, N. (2004). *Working relationships: Spirituality in human service and organisational life*. London, GBR: Jessica Kingsley Publishers.
- Pruitt, S. (2003, January 22). HP signs up with AOL to offer corporate IM services. Retrieved May 5, 2010, from <http://www.itworld.com/App/300/030122hpaol/pfindex.html>
- Psathas, G. (1995). *Conversation analysis*, Thousand Oaks: Sage Publications
- Quan-Haase, A., Cothrel, J., & Wellman, B. (2005). Instant messaging for collaboration: A case study of a high-tech firm. Retrieved May 5, 2010, from <http://jcmc.indiana.edu/vol10/issue4/quan-haase.html>
- Rea, L., & Richard A. P. (1997). *Designing and conducting survey research: A comprehensive guide* (2nd ed). San Francisco, CA: Jossey-Bass.
- Rohana Yusof. (2004). *Penyelidikan sains sosial*. Bentong, Pahang: PTS Publications & Distributors Sdn Bhd.
- Shiu, E., & Lenhart, A. (2004). How Americans use instant messaging. Retrieved July 15, 2008, from http://www.pewinternet.org/pfds/PIP_Instanmessage_Report.pdf
- Syed Arabi Idid. (1998). *Kaedah penyelidikan komunikasi dan sains sosial*. Kuala Lumpur: Dewan Bahasa dan Pustaka.
- Vos, H. D., Hofte, H. D., & Poot, H. D. (2004). IM [@Work]: Adoption of Instant Messaging in a knowledge worker organisation. Retrieved July 18, 2008, from <http://ieeexplore.ieee.org/iel5/8934/28293/01265072.pdf?arnumber=1265072>.
- Wimmer, R. D. & Dominick, J. R. (1997). *Mass media research: An introduction* (5th ed). Belmont: Wadsworth Publishing Company.
- Woerner, S. L., Yates, J., & Orlikowski, W. J. (2006). Conversational coherence in Instant Messaging and getting work done. Retrieved May 5, 2010, from http://seeit.mit.edu/Publications/HICSS_649_IMSoft_15Sept06.pdf