



BULETIN MACFEA

PERSATUAN EKONOMI PENGGUNA DAN KELUARGA MALAYSIA



Kata Aluan Presiden MACFEA

Assalamualaikum dan salam sejahtera.

Alhamdulillah dan tahniah diucapkan kepada sidang redaksi buletin MACFEA kerana menerbitkan buletin MACFEA bagi siri ke-6. Penerbitan buletin ini menjadi salah satu wadah kepada MACFEA untuk menyebarkan maklumat berkaitan dengan aktiviti MACFEA sepanjang 2017 dan juga mengenangkan isu semasa pengguna.

Dewasa ini kita sering dihidangkan dengan pelbagai ragam pengguna dalam pelbagai isu antaranya, ialah isu kenaikan kos sara hidup. Isu ini merupakan satu isu yang besar kepada pengguna. Sekiranya pengguna tidak dapat menangani isu ini dengan berhemah, ianya akan

memberi kesan bukan hanya kepada pengguna itu sendiri namun ianya turut melibatkan pengguna lain yang berada disekeliling mereka dan ekonomi setempat. Rentetan dari isu ini, MACFEA melalui aktivitinya telah berusaha meyakinkan pengguna untuk meneruskan kehidupan mereka. Hal ini sejajar dengan objektif penubuhan MACFEA untuk menjadi platform pertukaran idea dan pengetahuan dalam meningkatkan kesejahteraan pengguna dan ekonomi.

Sebagai sebuah organisasi kepenggunaan yang berlatar belakangkan pendidikan, MACFEA telah merencanakan beberapa aktiviti dalam usaha untuk menyebarkan pendidikan pengguna. Penerbitan dua jurnal iaitu MAJCAFE dan Jurnal Pengguna Malaysia serta pengajuran seminar

kebangsaan merupakan acara tahunan MACFEA. Kedua-dua aktiviti ini memfokuskan kepada golongan di institusi pengajian tinggi kerana pusat pengajian merupakan platform yang terbaik untuk dalam melahirkan pengguna yang berkualiti dimasa hadapan. Selain itu, MACFEA turut menjalankan kerjasama dengan organisasi kepenggunaan yang lain dalam negara dan juga luar negara bertujuan berkongsi idea dan maklumat untuk kebaikan pengguna dimasa hadapan.

Semoga usaha yang dijalankan oleh MACFEA ini dapat menjadikan pengguna pada hari ini mempunyai perlindungan kendiri dan juga menjadi pengguna lestari bagi menjamin keharmonian dan kelangsungan hidup dalam pasaran yang penuh dengan cabaran disamping menentukan

juga dunia masih menjadi tempat yang indah untuk didiami oleh mereka dan juga generasi akan datang. Kejayaan dimasa akan datang hasil dari apa tindakan yang telah dilakukan pada hari ini. Sekali lagi sekalung tahniah diucapkan kepada mereka yang telah bertungkus-lumus dalam penerbitan buletin bagi tahun 2017.

Prof. Dr. Ahmad Hariza Hashim
Presiden MACFEA
Sesi 2016/2018

KANDUNGAN ISU TERKINI

Deterioration of Values and Manners Among Social Media Users in Malaysia	1
Baby and Children Product Safety Standards	3
Issues of Digital Marketing and Recommendations to Solve It	4
Kebaikan Dan Keburukan Penggunaan Media Sosial	5
Isu Semasa Komunikasi dan Multimedia	7
Aktiviti Tahunan Macfea bagi tahun 2017	9
Lawatan kerja	12

Deterioration of Values and Manners Among Social Media Users in Malaysia

By Muhammad Fadhil bin Abdul Rahman
Faculty of Economics and Management, UPM

Malaysia is a country full of life, culture and values. Malaysia's reputation as a hospitable, friendly and courteous nation can be reflected in the perception of visitors as well as the number of tourism-based awards. These awards, which included accolades on a global scale such as World Travel Awards (Tourism Malaysia, 2016), were garnered

based on positive societal behavior, and display of manners and Eastern values. The display and internalization of values are rooted in the life of individuals, through the close-knit, community-based upbringing which was common prior to the digital age (Selvarajah & Meyer, 2008). The emergence of social media in the early 2000s spurred a shift in the way peo-

ple communicate, acquire and display values (Hamat et al, 2012). Early community-based websites such as Friendster and MySpace provided customized sites for users, allowing them to post anything and share information with fellow users. As of present, current 'social needs and applications' including Facebook, WhatsApp, Twitter and Snapchat have progressed to

become highly reliable communication tools for people across generations, with more than 20.65 million Malaysians using social media (Malaysian Digital Association, 2016). While the initial objective of social media is noble indeed, the freedom given have led to several unwanted consequences, especially within the context of Malaysia.

Through the utilization of social media outlets, Malaysian social media users, also known as netizens, are able to express the ideas, comments or feedback by publicly proclaiming their respective stands on a particular issue. As a result, sensitive matters are widely discussed and deliberated on personal and media-based sites. Due to the freedom allowed as well as minimal restrictions on posted content, an alarming number of users have resorted to poor choice of words in order to emphasize their points. For example, netizens trying to convey their stand on an accident involving toddlers or young children may be using negative terms to highlight the need and benefit of proper parenting. The late-night cycling accident which took place at Johor Bahru on February 18th is a prime example (Straits Times, 2017). The demise of 8 teenagers after being hit by a car became a sensation, and netizens condemned family members, police force and the group of children continuously. While the points raised may be true, the criticisms were not conveyed in the best manner as they were intertwined with derogatory words. Despite not reflecting the Eastern values of respectfulness and ethical communication, this trend is being accepted in Malaysia and should be a major cause of concern for both academics and authorities.

In addition, the spirit of togetherness and collectivism promoted in Malaysia since the early days are being breached by 'social agents', namely those who are intent on uplifting personal agendas on social media with minimal regard for public acceptance. While a large majority of Malaysian netizens behave with integrity and ethics, there are groups of users who tend to use social media to spread slanderous thoughts and ideas, consequently instigating and provoking other users to engage in online arguments. Difference in opinions, in any situation, is always welcomed to provide a holistic perspective of certain topics. Yet provocative nature of comments regarding politics, economics and social issues shared on popular media such as Facebook, WhatsApp and Twitter have led to an increasing number of group-based dis-

agreements with minimal focus on finding a solution for the discussed matter. More often than not, the 'blame game' and infighting continue up until the emergence of another mainstream issue helping to drive the cycle of misunderstanding. Users of social media must be aware of such unworthy influences and try to avoid them at all costs to prevent escalation of trivial situations.

Furthermore, the continuous exposure to Internet and social media have slightly altered the perception of positive portrayal of righteousness in Malaysia. It is commonly accepted that people enjoy the idea of supporting a positive cause or moralistic stand. However, the situation in Malaysia has progressed such that social media users are willing to reveal sacred and confidential information without going through the proper channel. Key documents, private personal details and pictures of a person are shared through various media with no consent given by the owners. More importantly, such occurrences have also been reported to happen in higher level of agencies, organizations and enforcement authorities. Due to quick spread of information via communication channels, maximum retraction efforts may prove to be futile as public realization has taken place. Therefore, social media users must understand their roles as responsible citizens and dedicated organizational members before attempting to be recognized in public for leaking information pertaining to national and personal security, organizational matters and sensitive public issues. Personal conscience is the utmost need and requirement in using social media to overpower the desire to become a well-known public figure.

As time changes, so does the value orientation of Malaysians. Yet, it is exceptionally crucial for Malaysian netizens to display complete and thorough moral foundation in any situation. While groundbreaking advancement in technology allows Malaysians to realize how outside world functions, it should be noted that outsiders are also able to observe the behavior of Malaysians. Therefore, there must be a collective effort from the society to curb deteriorating internalization and display of values among Malaysians on the social media. While specialized agencies such as Malaysian Communications and Multimedia Commission (MCMC) and Royal Malaysian Police (PDRM) are attempting to maintain social stability, other parties such as academicians, social activists and parents of young children as well as adults must also play the respective part by embedding the rightful moral values in the hearts of public. Only continuous spread of positive values

can overcome the negative social diseases brought upon by irresponsible parties and individuals on social media as well as in real life. By prioritizing integration of positive moral values with other required competencies in Malaysians, the country stand a chance of being recognized as a leading moral-driven and contemporary Asian powerhouse, paving the way for consistent development towards achieving the status of a developed nation.

References

- Hamat, A., Embi, M.A. & Abu Hassan, H. (2012). The use of social networking sites among Malaysian university students. *International Education Studies*, 5(3), pp. 56-66
- Malaysian Digital Association (2016). Exploring the digital landscape in Malaysia - Boosting growth for a digital economy. Paper presented at Digital Integration and Business Transformation Asia Conference, 3-4 August 2016, Kuala Lumpur, Malaysia.
- New Straits Times (2017, February 20). Driver who killed 8 teen cyclists and injured 8 in Johor Baru accident out on police bail. New Straits Times. Retrieved from <http://www.straitstimes.com/asia/se-asia/driver-who-killed-8-teen-cyclists-and-injured-8-in-johor-bahru-accident-out-on-police>
- Selvarajah, C. & Meyer, D. (2008). One nation, three cultures: Exploring dimensions that relate to leadership in Malaysia. *Leadership & Organizational Development Journal*, 29(8), pp. 693-712
- Tourism Malaysia (2016). Malaysia wins awards at 2016 World Travel Awards. Retrieved March 26th, 2017 from <http://www.tourism.gov.my/media/view/malaysia-wins-awards-a-t-2-016-world-travel-awards>

Penulis adalah pemenang bagi artikel terbaik (kategori Bahasa Inggeris) sempena Karnival Pengguna dan Komunikasi 2017.



Baby and Children Product Safety Standards

Dr. Afida Mastura Muhamad Arif, Senior Lecturer
Faculty of Human Ecology, UPM

The right to safety is one of the eight charter of consumer rights. It connotes that consumers should be protected against products, production processes and services that are harmful to health and life. A safe product is a product that provides a minimum acceptable level of risk and fulfills the appropriate safety standard. Such product can protect consumers' health and safety from the aspects of its features and appearance.

Standard is developed by the standard agencies to ensure that the minimum standard of safety, quality or performance of the goods or services is achieved. The Department of Standards Malaysia is the National Standards Body and the National Accreditation Body, with a mission to improve the consumers' quality of life and to achieve global competitiveness for Malaysian products and services through credible standardisation and accreditation services.

Malaysian Standards (MS) is a national standards document approved by the Minister of Science, Technology and Innovation in accordance with Standards of Malaysia Act 1946 (Department of Standards, n.d.). Malaysian Standards can either be voluntary or mandatory. If a Standard affects the safety of consumer, environment and health, it can be made mandatory by incorporating the standards in the relevant Act or Regulation. Therefore, the implementation of the Standard can be enforced by the relevant regulatory agency. It is an offence to supply goods that do not comply with mandatory standards.

In Malaysia, there are several mandatory standards for consumer goods under the control of the Ministry of Domestic Trade, Cooperative and Consumerism. These mandatory standards include mandatory standards for batteries, gas stoves, helmets and tyres for consumer vehicles. The only mandatory standards for baby and children products are seven mandatory standards for toys which have been incorporated into the Consumer Protection (Safety Standards for Toys) Regulations 2009. Toys mean any goods designed or intended for use in play by children under the age of 14 years. However, there are exceptions to this definition whereby goods listed in the Second Schedule to the Regulation are not regarded as toys. The goods

include baby's dummies, fashion jewellery for children, darts with metallic points, home and public playground equipment and so on. It is apparent that there is lack of mandatory standards for many other baby and children products in Malaysia although they are associated with safety issues. Reference to the Australian Competition and Consumer Commission (ACCC) in Australia and the Consumer Product Safety Commission (CPSC) in the United States have found that there are several mandatory standards for toys, baby and children items as well as furniture for household use enforced in these countries.

In the United States, among mandatory standards for baby and children's products are baby bouncers/jumpers/walkers, bath seats, children product containing lead/lead paint, cribs, infant cushion, pacifiers, painting kits, playground yards. Mandatory standards for furniture used by households are bunk beds, furniture painted with lead-containing paint, mattress, mattress pads, portable bed rails for children and toddler beds (CPSC, n.d.). Standards for the aforesaid products are made mandatory to ensure that the products are safe and can prevent accidents and injuries.

In Australia, current mandatory standards for baby and children's products include baby bath aids, baby dummies and dummy chains, care labelling for clothing and textiles, nightwear for children, baby walkers, bicycle helmets, bunk beds, folding cots, household cots, portable swimming pond, swimming and floating aids, aquatic toys, projectile toys, toys containing lead and other elements, and toys containing magnets (ACCC, n.d.). These products must meet specific safety criteria relating to performance, composition, con-

tents, methods of manufacture or processing, design, construction, finish and packaging or labelling (ACCC, n.d.).

Baby and children are exposed to dangers and risk while using products in their daily activities, although such products are specifically designed and manufactured for children. Manufacturers of products intended for baby and children must assume additional responsibility to ensure the safety of this vulnerable group of consumers. Mandatory standard is reasonably necessary to prevent or reduce the risk of accident and injury. Several jurisdictions including Australia, Singapore, European Union and the United States have imposed mandatory standards for identified baby and children products. With the current influx of a variety of baby and children product in the Malaysian market, it is timely for the Malaysian government to consider making mandatory standards for high-risk baby and children's products.

References

- Consumer Product Safety Commission. (n.d.). Regulations, mandatory standards & bans. Retrieved from <https://www.cpsc.gov/Regulations-Laws-Standards/Regulations-Mandatory-Standards-Bans>.
- Department of Standards Malaysia. (n.d.). About standards & conformity assessment. Retrieved from <http://www.jsm.gov.my/about-standards-conformity-assessment#.Wle0QraWb4Y>.
- Australian Competition and Consumer Commission. (n.d.). Mandatory standards. <https://www.productsafety.gov.au/product-safety-laws/safety-standards-bans/mandatory-standards>.



Issues of Digital Marketing and Recommendations to Solve It

Priscilla Slow Lu Pin,
Faculty of Human Ecology, UPM

The communications and multimedia industry in Malaysia was emerged in the middle of 1990s which comprises broadcasting, postal and courier, mobile services, fixed services, broadband, digital signature, strategic trade and universal service provision. A regulatory body and new policies are indeed necessary for an emerging industry. Hence, the Malaysian government enacted two legislations to regulate this industry, which are Communications and Multimedia Act 1998 and Communications and Multimedia Commission Act 1998. The Communications and Multimedia Act 1998 serves as a regulatory licensing framework for the industry (MCMC Official Portal, 2017).

Communications and Multimedia Commission Act 1998 formed the Malaysian Communications and Multimedia Commission (MCMC). MCMC is responsible to improve communications and multimedia industry to grow competitively and enhancing self-regulation to fulfil the economic and social needs of Malaysia. Besides, Communications and Multimedia Act 1998 regulates this industry and for incidental matters. (MCMC Official Portal, 2017). CFM was established and designated by MCMC as Communications and Multimedia Consumer Forum in 2002. It protects the consumer rights in communications and multimedia industry in Malaysia. CFM's functions are related to codes drafting, legalities, membership matters, education and promotions, complaints handling, compliance and monitoring. These align with the self-regulatory functions of MCMC (CFM Official Portal, 2017).

Due to the sophisticated technology, many issues happen in the communications and multimedia industry. The most popular issue in recent is digital marketing. Recently, entrepreneurs do not follow the traditional way to conduct businesses. They prefer to explore new methods to run their businesses in order to be the one who is leading ahead. Hence, digital marketing is widely applied by the entrepreneurs these days. Digital marketing is quite difference from the traditional marketing, but entrepreneurs do not really consider this concern. The first issue in digital marketing is most of the entrepreneurs do not allocate suitable human capital to handle for digital marketing. Most of them think that digital mar-

keting is just a platform to carry out their businesses and promotions daily, as well as a medium for them to engage with their customers. In fact, certain software, such as Macromedia Flash can be applied to enhance their advertisements so that customers are easily attracted. However, if the person who is doing digital marketing but does not know to apply it well, he or she will not be able to perform the task well. Thus, digital marketing does not function accordingly and it cannot help the entrepreneurs to attract its target customers (Khoo, 2016).

Furthermore, customers can directly communicate with the entrepreneurs once they face any doubts regarding the business. The following issue is miscommunication easily occurs. If the way of the entrepreneurs answer is inappropriate, there will be miscommunication among the entrepreneurs and customers (Khoo, 2016). Indeed, digital marketing causes communication issues rather than traditional marketing. This is because entrepreneurs and customers do not meet, and hence, they cannot truly understand the messages conveyed by each other. Moreover, if entrepreneurs are having appointment outside and do not reply to their customers' messages instantly, customers will assume the entrepreneurs give bad customer service to them. Bad impression will be given to the customers and eventually, it will jeopardise the business. Thus, a digital expert or social media strategist should be employed to perform the digital marketing.

Referring to the issues above, most of the entrepreneurs do not really comprehend the usage of digital marketing. This means that they are utterly unprepared for digital marketing. The reason they adopt digital marketing is just to ease their marketing work and think that using social media to advertise their business is the main thing of digital marketing only (Khoo, 2016). It must be crystal clear that digital marketing encounters much more than the social media. In brief, entrepreneurs have to be apprehensive to be digital or not digital. They must perceive the correct mind-set before adopting digital marketing in their business. In such a way, several recommendations are given to solve the issues that are encountered by digital marketing. First and foremost, it was said that entrepreneurs give bad customer service when they are away from the Internet. To

prevent this, entrepreneurs are recommended to establish quality content regarding their business to provide the best customer service to their customers (Saifi, 2016). Entrepreneurs can create a blog at his business website to update and explain all the latest information clearly. Hence, customers can refer to it instantly. By providing the latest information consistently, regular visitors may be engaged and most likely they will be attracted to be the regular customers eventually. Nonetheless, the way the entrepreneurs convey the messages must be cautious in order to prevent miscommunication again.

In addition, digital marketing is a very efficient way that helps in the business. However, a digital expert is indeed needed to perform digital marketing so that it is fully utilised to run the business successfully. The next recommendation is entrepreneurs should employ a professional or at least an employee who is familiar in digital marketing to perform the task. Proper digital marketing knowledge and thorough understanding regarding the business help in engaging the customers well because the digital expert is able to use proper digital marketing knowledge to attract and provide customer needs in order to offer the best customer service to the customers (Saifi, 2016). In a nutshell, the Malaysian Communications and Multimedia Commission (MCMC) established ten national policies that regulate economy, technology and social, as well as protect the consumers. Wan Ahmad (2016) also concluded that the communications and multimedia industry is growing based on the report produced MCMC (Appendix A). This reflects that Malaysia is becoming an utmost international hub for information, content, communications and multimedia services. Referring to this, MCMC is pondering in the expansion and penetration of broadband, fixed line, mobile-cellular and pay TV as the key factors to indicate the development of the communications and multimedia industry (Wan Ahmad, 2016). Hence, MCMC is absolutely helping to develop a sturdy communications and multimedia industry in Malaysia for the perk of various stakeholders and the citizens.

Kebaikan dan Keburukan Penggunaan Media Sosial

Nurul Aini Kadir
Fakulti Ekologi Manusia, UPM

Kemunculan media sosial bagi cendawan tumbuh selepas hujan merupakan satu impak yang besar dalam kehidupan pengguna kerana ia sangat popular dan sentiasa menjadi sebutan pada masa kini. Kewujudan media sosial menjadi sumber komunikasi yang sangat popular kerana ia berfungsi untuk menghubungkan seseorang dengan yang lain. Antara contoh media sosial adalah seperti blog, website, aplikasi-aplikasi yang terdiri daripada *whatsapp*, *facebook*, *facebook messenger*, *twitter* dan banyak lagi. Walaupun berada di tempat yang berbeza ia membolehkan orang ramai berinteraksi tanpa mengira status, pangkat dan kedudukan (Steinkuehler & Williams, 2006). Kebebasan cara komunikasi seperti ini tidak mengganggu dan terikat dengan mana-mana pihak dan bebas untuk menerima atau menolak permintaan persahabatan. Statistik yang dibuat oleh Kemp (2015) bawa pengguna yang aktif di media sosial sebanyak 17.00 juta. Masa yang dihabiskan dengan melayan media sosial untuk sehari mengambil masa selama 3 jam 27 minit (Kemp, 2015). Hal ini menunjukkan bahawa ramai pengguna menggunakan media sosial sebagai satu jaringan yang penting dalam kehidupan seharian mereka untuk persahabatan. Purata ini menunjukkan pengguna aktif untuk semua jenis media sosial yang ada seperti *whatsapp*, *facebook*, *facebook messenger*, *twitter* dan banyak lagi. Oleh yang demikian, tidak harian jika pengguna di Malaysia lebih percaya akan media sosial berbanding komunikasi cara lain. Terdapat banyak isu semasa komunikasi dan multimedia pada masa kini. Setiap apa yang berlaku pasti ada kebaikan dan keburukan tersendiri.

Penggunaan media sosial mendarangkan kebaikan kepada pengguna dan dapat membantu pihak-pihak berkepentingan seperti pihak kerajaan dalam membuat penyebaran maklumat kepada pengguna. Apabila wujud media sosial maka maklumat dapat disebarluaskan dengan mudah dan cepat disebabkan oleh bilangan pengguna media sosial ramai dan meningkat setiap masa. Maklumat yang disampaikan tidak mengambil masa yang lama untuk sampai ke pihak yang lain dan seterusnya memudahkan urusan. Pada

masa sama, maklumat mudah dan cepat disampaikan kerana ia hanya di hujung jari dan menyebabkan maklumat tersebut cepat tersebar di seluruh dunia tanpa ada halangan dan sekat. Pada masa kini, dapat dilihat bahawa pihak-pihak seperti pihak kerajaan, swasta dan juga badan-badan bukan kerajaan, mereka akan menyampaikan infomasi dan maklumat menggunakan laman media sosial. Apabila akan berlaku sesuatu perkara, pihak-pihak ini akan menyebarkan maklumat menggunakan aplikasi *whatsapp* dan *facebook* untuk mereka menyampaikan maklumat tersebut. Pihak kerajaan juga boleh menggunakan aplikasi ini untuk menyampaikan maklumat tentang polisi, program dan kempen untuk pengguna lebih mengetahui dan fahami. Seperti di blog-blog, maklumat tentang bagaimana pelaksanaan program atau kempen yang disertakan dengan gambar dan video agar pengguna lebih faham tentang matlamat atau objektif pelaksanaan sesuatu program atau kempen.

Di samping itu, dengan menggunakan media sosial sebagai platform untuk menyampaikan maklumat kos yang ditanggung adalah jauh murah berbanding penyebaran maklumat menggunakan media cetak dan media elektronik. Media cetak dan elektronik memerlukan kos yang besar kerana pengiklanan dan cetakan bahan yang sangat mahal berbanding penyebaran maklumat menggunakan media sosial. Media sosial hanya memerlukan internet dan kos internet ditanggung oleh pengguna dengan purata harga yang sangat murah untuk satu bulan. Terdapat banyak pelan internet yang menjadi pilihan pengguna untuk digunakan dalam jangka masa tertentu. Setiap pelan internet yang dipilih terdapat kelebihan tersendiri yang membolehkan pengguna bijak untuk memilih terutama kos bayaran. Pengguna akan memilih kos yang murah dan bilangan kuota internet yang lebih. Hal ini kerana, apabila bilangan kuota yang lebih besar maka pengguna akan lebih tertumpu untuk menggunakanannya. Maklumat dalam bentuk visual dan audio boleh disebarluaskan dengan lebih banyak kerana kos penggunaan yang ditanggung adalah murah berbanding melalui media elektronik seperti iklan di televisyen dan radio. Kini, banyak video-video yang mudah disebarluaskan oleh pengguna menggunakan laman media sosial. Oleh yang demikian, pihak-pihak

seperti pihak kerajaan, jika hendak membuat penyebaran maklumat program atau kempen dalam bentuk video dan audio amat mudah dilaksanakan. Hal ini kerana, pengguna lebih faham dan mudah untuk memerluma apa yang disampaikan. Sebagai contoh, program seperti pengasingan sisa pepejal di punca yang dilaksanakan di lapan buah negeri di seluruh Malaysia boleh disebarluaskan melalui video tentang cara-cara pengasingan, bahan yang perlu di asingkan serta akibat jika tidak dilaksanakan pengasingan seperti denda. Melalui cara ini pengguna lebih peka dan prihatin tentang persekitaran dan sedar kesan sebab dan akibat jika tidak dilakukan. Kos ini tidak mahal seperti kos pengiklanan di televisyen.

Pada masa sama, penyebaran maklumat melalui media sosial dapat meningkatkan pengetahuan tentang maklumat sesuatu perkara. Tidak dinafikan bahawa sebagai pengguna kita mempunyai hak untuk mendapatkan maklumat dan maklumat tersebut seharusnya maklumat yang tepat, benar dan sahih daripada sumber yang betul. Pengguna pada hari ini, terutama golongan muda kurang untuk membaca surat khabar dan menonton berita. Mereka lebih tertumpu kepada gadjet dan media sosial. Tidak hairan jika apabila ditanya tentang isu semasa yang berlaku, pelajar tidak kira sama ada pelajar di bangku sekolah atau di peringkat pengajian tinggi mereka tidak tahu tentang isu semasa di persekitaran semasa. Hidup mereka di universiti hanya sekadar pergi ke kelas untuk cukup syarat agar tidak dikenakan tindakan. Apabila di suruh untuk membuat kerja lapangan pelajar juga akan mencari maklumat di internet seperti *google* bagi memudahkan untuk mendapat maklumat. Oleh yang demikian, pengaruh media sosial dalam kehidupan hari ini memberikan impak yang sangat besar. Apabila maklumat mudah di akses maka pengetahuan seseorang dapat ditingkatkan.



Walau bagaimana pun, setiap kebaikan pasti terdapat kelemahan atau keburukan yang tersendiri. Di dalam dunia, kejayaan seseorang pasti ada kelemahan dan kekurangan yang perlu ditangani agar ia menjadi sempurna walaupun tiada seorang pun manusia di dunia ini yang sempurna. Keburukan dalam penyebaran maklumat melalui media sosial yang pertama ialah mudah untuk terpengaruh. Jika pengguna hari ini terpengaruh dengan kebaikan tidak mengapa akan tetapi jika pengguna terpengaruh dengan fitnah dan cerita yang tidak benar sama sekali asas dan bukti akan memburukkan keadaan. Setiap cerita atau maklumat yang disampaikan perlu mendapat kepastian yang berasas agar tidak berlaku perselisihan faham. Apabila jumlah sahabat yang semakin ramai di media sosial ia boleh menimbulkan hubungan negatif (Kim & Lee, 2011) dan akan menyebabkan perkongsian maklumat terutama berkaitan privasi (Brandzaeg, Luders & Skjetne, 2010). Dapat dilihat pada hari ini terdapat banyak cerita dan maklumat yang tidak benar dan mudah berlaku fitnah mentfitnah antara parti politik, jiran tetangga dan juga rumah tangga. Andaian yang dibuat oleh orang akan mendatangkan keburukan kepada kita sebagai pengguna. Oleh itu, sebagai pengguna bijak kita seharusnya mendapatkan kesahihan dan kepastian terlebih dahulu sebelum membuat penyebaran maklumat.

Selain itu, keburukan seterusnya ialah membuang masa. Hal ini disebabkan oleh pengguna yang tidak tahu membahagikan masa mereka antara masa untuk bersosial, masa bersama keluarga dan kerja. Pengguna hampir menghabiskan masa mereka dengan media sosial. Jika dilihat di masa-mana lokasi sama ada di kedai makan atau di mana sahaja pengguna

lebih fokus kepada gadget dan media sosial berbanding berbual atau melakukan aktiviti berfaedah. Hal ini tidak terkecuali kanak-kanak kerana ibu bapa yang mengajar anak-anak mereka anti sosial. Tidak dinafikan bahawa aktiviti yang paling digemari oleh pengguna ialah bersempang atau melakukan sesuatu yang berbeza dengan sahabat di samping bermain permainan bagi mengekalkan hubungan sosial (Elder, 2014) tetapi mereka lebih kepada membuang masa dengan cara anti sosial sesama meraka yang berada di depan atau sekeliling mereka. Masa yang di peruntukan di rumah atau di tempat awam dan rumah banyak dihabiskan dengan media sosial seperti *facebook*, *whatsapp* dan lain-lain. Majoriti pengguna hari ini menghabiskan masa 24 jam dengan membuang masa dengan aktiviti tidak berfaedah. Jika masa tersebut digunakan dengan sebaiknya banyak manfaat dapat diperoleh untuk mereka. Oleh itu, sebagai pengguna yang bijak seharusnya kita perlu mengetahui had masa yang sesuai untuk bersosial di media sosial agar tidak tidak membuang masa dengan aktiviti tidak berfaedah seterusnya mendatangkan kemudarat kepada diri sendiri.

Kesimpulannya, penyebaran maklumat menggunakan media sosial bukan satu cara atau kaedah yang salah kerana terdapat kebaikan yang di peroleh apabila penyebaran maklumat dilakukan. Walau bagaimana pun, setiap langkah atau kaedah yang dibuat perlu di kenalpasti kebaikan dan keburukan jika cara tersebut dilakukan. Sebagai pengguna bijak, kita tidak sepatutnya ditipu dan ditindas dengan perkara-perkara seperti ini. Fikir sebelum membuat sesuatu perkara dan buat pilihan agar tidak berlaku kemudarat kepada diri pada masa kelak. Pengguna mempunyai lapan hak dan seharusnya digunakan dalam setiap hak tersebut agar tidak di tipu dan

terpengaruh dengan perkara negatif. Oleh yang demikian, setiap pengguna perlu memikirkan sebaik mungkin dan memastikan maklumat yang hendak disampaikan kepada orang lain adalah dari sumber yang benar dan boleh dipercayai untuk tujuan penyebaran terutama di media sosial.

Rujukan

- Barkhuus, L. & Toshiro, J. (2010, 10-15 April). Student socialization in the age of Facebook. Proceedings of the 28th International Conference on Human Factors in Computing Systems. New York: ACM (diperoleh dari portal ACM)
- Elder, A. (2014). Excellent online friendship: an Aristotelian defense of social media. *Journal of Ethic Information and Technology*, 16:287–297.
- Kim, J., & Lee, J.-E. R. (2011). The Facebook paths to happiness: Effects of the number of Facebook friends and self-presentation on subjective well-being. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 14, 359–364.
- Kwak, H, Chun, H, & Moon, S (2011). Fragile online relationship: a first look at unfollow dynamics in Twitter. CHI '11 Proceeding of the SIGCHI Conference on Human Factors in Computing Systems.
- Kemp, S. (2005). Digital, social & mobile worldwide in 2015.
- Steinkuehler, C., and Williams, D. (2006). Where everybody knows your (screen) name: online games as "third places." *Journal of Computer-Mediated Communication*, 11(4). jcmc.indiana.edu/vol11/issue4/steinkuehler.html
- S.Ezaleila Mustafa (2016). Penggunaan laman sosial dan impaknya terhadap hubungan persahabatan dalam talian, *Malaysian Journal of communication*, Jilid 32 (2) 2016: 65-81

Penulis adalah pemenang bagi artikel terbaik (kategori Bahasa Melayu) sempena Karnival Pengguna dan Komunikasi 2017.

[newsfeatures.php?id=1296424](#).

Appendix

Appendix A: Facts and Figures by Statistical Department of Malaysian Communications and Multimedia Commission.

Penulis adalah pemenang bagi artikel terbaik (kategori Bahasa Inggeris) sempena Karnival Pengguna dan Komunikasi 2017.

Continue from page 4

References

- About Us. (2017). *Communications and Multimedia Consumer Forum Official Portal*. Retrieved 21 March, 2017, from <http://www.cfm.org.my/>
- History. (2017). *Malaysian Communications and Multimedia Commission Official Portal*. Retrieved 21 March, 2017, from <http://www.skmm.gov.my/about-us/history>
- Khoo, S. T. (2016). Solving Malaysia SMEs' Digital Marketing Problems. [Web log post]. Retrieved 21 March, 2017, from [http://redboxstudio.com/2016/05/malaysian-smes-digital-marketing-problems/](http://www.bernama.com/bernama/v8/fe/2017, from http://redboxstudio.com/2016/05/malaysian-smes-digital-marketing-problems/)
- Saifi, R. (2016). 6 Key Ways to Improve Your Online Marketing Strategy. [Web log post]. Retrieved 21 March, 2017, from <http://tech.co/6-key-ways-improve-online-marketing-strategy-2016-05>
- Wan Ahmad, W. Z. (2016). Taking the communication and multimedia sector to greater heights.[Web log post] Retrieved 21 March, 2017, from [http://redboxstudio.com/2016/05/malaysian-smes-digital-marketing-problems/](http://www.bernama.com/bernama/v8/fe/2017, from http://redboxstudio.com/2016/05/malaysian-smes-digital-marketing-problems/)

Isu Semasa Komunikasi dan Multimedia

Nurul Nadiah Syahida Tajurahim,
Fakulti Ekologi Manusia, UPM

Dasawarsa ini, sama ada kita sedar atau tidak, kita telah dihidangkan dengan pembangunan negara yang semakin gah di persada dunia. Penyebaran media digital yang meluas dan ledakan pertumbuhan telekomunikasi dan multimedia sedang membentuk semula kehidupan manusia. Lebih sedekat yang lalu, kebangkitan teknologi telekomunikasi multimedia telah menjadi asas yang mengubah bagaimana orang bekerja, berfikir, berkomunikasi dan bersosial. Menurut Onong (1997), komunikasi adalah proses penyampaian suatu pernyataan oleh seseorang kepada orang lain dan multimedia pula merupakan penggunaan komputer untuk menampilkan dan menggabungkan teks, grafik, audio dan video dengan menggunakan *link* dan alat-alat lainnya yang memungkinkan pengguna untuk mengatur, berinteraksi, dan berkomunikasi (Hofstetter, 1995).

Dalam dunia yang dilingkari dengan kemajuan sains dan teknologi ini, pengguna lebih banyak terdedah untuk berkomunikasi menggunakan alat digital seperti telefon bimbit. Menurut laporan terbaru firma kajian pengguna Nielsen, penggunaan telefon bimbit di Malaysia adalah yang ketiga tertinggi di Asia Pasifik serta melebihi negara maju seperti Amerika Syarikat dan Eropah (Sinar Harian, 2013). Statistik ini menunjukkan bahawa pengguna kini lebih banyak berkomunikasi dengan penggabungan multimedia berbanding secara terus. Aplikasi seperti *Whatsapp*, *Instagram*, *Twitter*, dan *Facebook* merupakan antara medium komunikasi yang semakin popular dalam kalangan penduduk dunia termasuklah Malaysia. Data yang dikeluarkan oleh Suruhanjaya Komunikasi dan Multimedia Malaysia (SKMM), turut menunjukkan bahawa seramai 28.0 juta penduduk Malaysia melanggan jalur lebar telefon mudah alih dan ini bersamaan dengan hampir 90.0 peratus daripada penduduk di Malaysia. Data ini menggambarkan bahawa penggunaan komunikasi multimedia seperti telefon bimbit dianggap sebagai bahan keperluan utama dalam komunikasi.

Bidang komunikasi dan multimedia ini, memberikan pelbagai impak positif yang dapat kita lihat khususnya dalam pembangunan ekonomi, pendidikan, dan sosial. Dalam ekonomi, kemajuan teknologi dan

multimedia ini membantu meningkatkan ekonomi negara apabila kuasa membeli pengguna dapat ditingkatkan. Kewujudan kemudahan pembelian barang secara atas talian seperti e-dagang membantu pengguna untuk membuat pembelian dengan lebih berkesan dengan hanya di hujung jari. Di samping itu, peniaga juga dapat memanfaatkan penggunaan multimedia dalam membangunkan strategi pemasaran perniagaan mereka. Ia adalah lebih bersepadan dan interaktif apabila semua medium yang berbeza disepadukan melalui proses pendigitalan. Teknik ini lebih meyakinkan pengguna seterusnya meningkatkan tindak balas jualan mereka dan secara tidak langsung turut membangunkan ekonomi negara.

Salah satu daripada kebimbangan utama kebanyakan negara hari ini adalah bahawa terdapat ketidakpadanan antara kemahiran graduan yang diperoleh daripada institusi pengajian tinggi dan kemahiran yang diperlukan dalam industri. Kebanyakan graduan semasa di dapat masih kurang pada kreativiti, kemahiran komunikasi, pemikiran analitikal dan kritis, dan kemahiran menyelesaikan masalah (Teo & Wong, 2000; Tan, 2000). Pembelajaran secara tradisional pada zaman modenisasi harini tidak lagi relevan di sekolah mahupun dalam pendidikan tinggi. Ekoran daripada itu, teknologi multimedia digunakan dalam bidang pendidikan sebagai salah satu cara komunikasi di antara pendidik dan pelajar bagi meningkatkan taraf pendidikan negara. Teknologi komunikasi dan multimedia digunakan kerana ia sangat berkesan dalam meningkatkan produktiviti dan pengekalan kadar, di mana kajian telah menunjukkan bahawa manusia akan meingati 20% daripada apa yang mereka lihat, 40% daripada apa yang mereka lihat dan dengar, tetapi kira-kira 75% daripada apa yang mereka lihat dan dengar secara serentak (Lindstrom, 1994).

Dalam bidang sosial pula, komunikasi dan multimedia memainkan peranan yang penting dalam mengeratkan hubungan sesama manusia. Perhubungan yang jauh kini menjadi lebih mudah tanpa perlu menunggu surat berhari-hari bagi mendapatkan khabar berita. Kemudahan seperti aplikasi *Whatsapp* dan *Wechat* menjadikan komunikasi lebih pantas. Komunikasi dua hala turut menjadi lebih mudah, berkesan dan penggunaan kos yang jauh lebih rendah.

Sudah terang lagi bersuluh, semakin hari kita semakin menghampiri ambang 2020. Keadaan ini menandakan titik permulaan pelbagai cabaran dan rintangan yang bakal menghambat. Walaupun dengan kemajuan yang pesat dalam komunikasi dan multimedia, perkembangan ini turut sama membawa beberapa risiko dan impak negatif seperti penyalahgunaan internet. Menurut berita yang dikeluarkan Bernama (2017), Suruhanjaya Komunikasi dan Multimedia Malaysia (SKMM) telah menyiasat 167 kes penyalahgunaan internet dan media sosial antara tahun 2016 hingga 1 Feb 2017 seperti penyebaran kandungan dan maklumat palsu melalui platform *WhatsApp*, *Facebook*, *Twitter* dan sebagainya. Penyebaran maklumat palsu ini boleh mendorong pelbagai kemudaratkan kepada pengguna. Ketakutan, huru-hara, kemarahan dan perbalahan boleh berlaku hasil daripada penyalahgunaan internet ini.

Selain itu, kemajuan teknologi dan multimedia ini juga membuka ruang kepada peniaga untuk menjalankan teknik perniagaan yang tidak adil kepada pengguna antaranya pengiklanan yang mengelirukan dan penipuan penjualan atas talian. Penipuan berleluasa turut merangkumi penyalahgunaan laman web e-dagang yang sepatutnya menjadi medan paling dipercayai namun terdapat segelelir iklan yang ditampal di laman e-dagang jauh menyimpang daripada menyediakan perkhidmatan terbaik kepada pelanggannya. Kes penipuan seperti penghantaran barang yang tidak sama seperti pembelian produk yang tidak berkualiti dan tidak selamat merupakan masalah yang kerap dihadapi oleh pengguna di Malaysia. Menurut laporan yang dikeluarkan oleh Sinar Harian (2016), sebanyak 105 aduan mengenai penipuan penjualan barang dan perkhidmatan dalam talian dilaporkan kepada Suruhanjaya Komunikasi dan Multimedia bagi tempoh Januari hingga Mei tahun 2016. Tambahan lagi, bidang komunikasi turut tidak terkecuali dalam isu-isu berbangkit seperti kualiti perkhidmatan dan sebagainya. Jumlah aduan pengguna mengenai masalah telekomunikasi yang diterima oleh Forum Pengguna Komunikasi dan Multimedia

Malaysia (CFM) merekodkan peningkatan bagi tahun 2015. Dengan pembangunan dan perkembangan industri komunikasi di Malaysia, isu-isu berkaitan perkhidmatan komunikasi dan multimedia yang dihadapi oleh pengguna turut bertambah.

Lanjutan daripada isu-isu ini, pelbagai inisiatif dibangunkan oleh pihak kerajaan dan badan-badan organisasi bebas untuk melindungi hak pengguna sepenuhnya. Meskipun kemajuan teknologi dan komunikasi ini memberikan kesan kepada pengguna, namun masalah dan aduan pengguna masih boleh diselesaikan dengan cara yang berkesan. Di Malaysia, isu komunikasi dan multimedia diuruskan oleh agensi yang bertanggungjawab seperti Forum Pengguna Komunikasi dan Multimedia Malaysia (CFM). CFM merupakan sebuah badan organisasi bebas yang ditubuhkan oleh Suruhanjaya Komunikasi dan Multimedia Malaysia (MCMC). Tugas CFM adalah untuk melindungi hak pengguna, selaras dengan keperluan Akta Komunikasi dan Multimedia 1998.

Selain daripada itu, pengguna turut boleh membuat aduan dan mendapatkan nasihat daripada Pusat Khidmat Aduan Pengguna Nasional (NCCC). NCCC ditubuhkan di atas inisiatif bersama Persatuan Pendidikan dan Penyelidikan Pengguna Malaysia (ERA Consumer Malaysia), Persatuan Pengguna Selangor dan Wilayah Persekutuan dan Kementerian Perdagangan Dalam Negeri dan Hal Ehwal Pengguna. Ia bertujuan untuk menjadi pusat aduan setempat bagi membantu pengguna menyelesaikan masalah dan aduan mereka. NCCC juga berperanan menyalurkan aduan kepada pihak yang bersesuaian bagi menyelesaikan masalah dan aduan tersebut. Sekiranya peniaga mengalami masalah untuk berkomunikasi dengan peniaga, NCCC turut bertindak sebagai pengantara mempertemukan pengguna dan peniaga untuk menyelesaikan pertikaian. NCCC bekerjasama rapat dengan pihak berkuasa yang berkaitan seperti Bahagian Pengukuasa, Kementerian Perdagangan Dalam Negeri dan Hal Ehwal Pengguna, Tribunal Tuntutan Pengguna Malaysia, Tribunal Tuntutan Pembeli Rumah Malaysia, Majlis Peguam, Biro Pengantaraan Kewangan dan sebaliknya. Di samping itu, pengguna turut dilindungi di bawah Akta Komunikasi dan Multimedia 1998 yang digubal dan diluluskan untuk memenuhi keperluan pengawalseliaan industri penumpuan komunikasi dan multimedia yang semakin

berkembang. Akta Komunikasi dan Multimedia 1998 mengetengahkan prinsip asas ketulusan dan kejelasan, menggalakkan persaingan dan kawal selia kendiri, fleksibiliti dan cenderung ke arah peraturan prinsip umum. Akta ini bertujuan untuk menyediakan satu set peruntukan pengawalseliaan yang berdasarkan definisi generik pasaran dan aktiviti industri komunikasi dan multimedia.

Kesimpulannya, teknologi komunikasi dan multimedia mampu memberikan pelbagai faedah kepada ekonomi, pendidikan dan sosial. Meskipun begitu, kemajuan ini turut dapat memberikan impak negatif kepada pengguna dan semua pihak yang terlibat dalam penggunaan komunikasi dan multimedia. Berikut hal ini, pengguna khususnya harus pandai dalam menentukan apa yang terbaik buat mereka. Langkah pencegahan haruslah diambil bagi mengelakkan sebarang penipuan berlaku. Pengguna seharusnya lebih berhati-hati dan berjaga-jaga seperti mencari maklumat dan informasi berkenaan peniaga terlebih dahulu sebelum melakukan sebarang pembelian atas talian seperti pengesahan pendaftaran syarikat dengan SKMM, dan pembelian barang yang mempunyai logo *Trustmark* Malaysia. Namun, malang tidak berbau, sekiranya pengguna masih tertipu atau ditimpa masalah, ia ini masih boleh diselesaikan dengan bantuan pihak-pihak berwajib seperti SKMM, NCCC dan CFM bagi menegakkan hak pengguna.

Rujukan

Bernama. (2017, March 8). *Portal Rasmi Kementerian Komunikasi Dan Multimedia Malaysia*. Retrieved March 23, 2017, from http://www.kkmm.gov.my/index.php?option=com_content&view=article&id=11638&catid=118&Itemid=254&lang=ms

Hofstetter, F. T. (1995). *Multimedia Literacy*,

New York. McGraw-Hill.

Lindstrom, R. (1994). *The Business Week Guide to Multimedia Presentations: Create Dynamic Presentations That Inspire*, New York. McGraw-Hill.

Onong U.E. (1997). *Dinamika Komunikasi*, Bandung: Remaja Rosdakarya. p. 4.

Portal Rasmi Forum Pengguna Malaysia. (n.d.). Retrieved March 24, 2017, from <http://www.complaint.cfm.org.my>

Portal Rasmi Gabungan Persatuan Pengguna-Pengguna Malaysia. (n.d.). Retrieved March 24, 2017, from Pusat Khidmat Aduan Pengguna (NCCC):<http://www.fomca.org.my/v1/index.php/tentang-kami/21-pusat-khidmat-aduan-pengguna-nasional-nccc>

Tan, O. S. (2000). *Thinking Skills, Creativity and Problem-Based Learning*. Paper presented at the 2nd Asia Pacific Conference on Problem -Based Learning: Education Across Disciplines, December 4-7, 2000. Singapore.

Teo, R. & Wong, A. (2000). *Does Problem Based Learning Create A Better Student: A Relection?* Paper presented at the 2nd Asia Pacific Conference on Problem -Based Learning: Education Across Disciplines, December 4-7, 2000. Singapore.

Waratawan Sinar Harian. (2013, September 21). *Malaysia 'gila' telefon pintar*. Retrieved March Saturday, 2017, from Sinar Harian Online: <http://www.sinarharian.com.my/malaysia-gila-telefon-pintar-1.204032>

Penulis adalah pemenang bagi artikel terbaik (kategori Bahasa Melayu) sempena Karnival Pengguna dan Komunikasi 2017.



AKTIVITI TAHUNAN MACFEA BAGI TAHUN 2017

AGM MACFEA KALI KE-21

Mesyuarat Agong MACFEA kali ke-21 telah diadakan pada 28 MAC 2017 bertempat di Auditorium 1, Institut Excellence, UiTM Shah Alam. Seramai 28 orang ahli MACFEA telah hadir mesyuarat yang bermula pada pukul 10 pagi sehingga 12.20 tengahari ini. Sebelum mesyuarat dimulakan, Prof. Dr Rosidah Musa telah sudi berkongsi pengalaman beliau dalam sesi wadah ilmu yang bertajuk "How to

Increase H-Index". Antara isi kandungan yang dibincangkan dalam mesyuarat AGM ini ialah pembentangan laporan aktiviti tahunan dan pembentangan laporan kewangan yang telah diaudit bagi tahun 2016. Seterusnya, Prof. Madya Dr. Majdah Zawawi (UIAM) telah dilantik menjadi EXCO baru bagi menggantikan allahyarhamah Prof. Dr. Naemah Amin (UIAM).



Layan www.duitpokeit.com/MY/dafatruan, pendaftaran atau scan QR CODE di atas. Peserta lepasik perlu membeli komputer riba, penapis WiFi dan juga kad kredit/debit. Peserta yang lepasik akan diberi bantuan.

DUIT POKE-IT

Program Duit Poke It merupakan program asas perniagaan internet dan pemasaran digital yang diadakan bertempat di Institut of Business Excellence (IBE), Universiti Teknologi MARA (UiTM) Shah Alam. Seramai 30 orang peserta telah menyertai program ini yang berlangsung selama dua hari iaitu 4 Mei 2017 dan 18 Mei 2017 terdiri daripada pelajar universiti, pensyarah dan peniaga atas talian. Pengisian ceramah ini telah disampaikan oleh empat orang penceramah yang berpengalaman dalam bidang perniagaan internet dan pemasaran digital iaitu En. Purnomo, En. Ahmad Aqbal, En. Mohd Ikram dan En. Nodroh Zomono yang dipengerusikan oleh Prof. Dr. Rosidah Musa.

Program ini dihadiri oleh peserta yang sama kerana intipati program berkait dengan kedua-dua hari tersebut. Pengisian aktiviti bagi kedua-dua hari program ialah membina FB page dan akaun instagram untuk perniagaan seterusnya peserta diajar



menggunakan FB Ads dan instagram Ads melalui fungsi *insight* bagi memperkenalkan servis dan produk yang ditawarkan kepada pelanggan. Selain itu, peserta juga diajarkan berkaitan tip fotografi, tip *copywriting* dan cara-cara untuk menjana keuntungan melalui kaedah "Influencer marketing". Peserta program ini juga perlu menjalani sesi praktikal iaitu peserta diberikan tugas untuk membina laman perniagaan atas talian mereka sendiri dan selepas itu mereka dikehendaki membentangkan hasil daripada apa yang telah dipelajari dari hari pertama berdasarkan perniagaan mereka sendiri.

Secara keseluruhannya, program ini dapat memberikan pendedahan awal kepada mahasiswa tentang potensi perniagaan atas talian sekaligus menjadikan mahasiswa celik pemasaran digital. Seterusnya dapat memberikan idea untuk mahasiswa amnya dan peserta khususnya untuk menjana pendapatan dan memperkenalkan perniagaan yang diusahakan.



Peserta mendengar perkongsian oleh penceramah semasa program sedang berlangsung.

MEGA AIDILFITRI JPSPP-MACFEA 2017

Tarikh: 19 Julai 2017

Hari: Rabu

Masa: 10 pagi -1 tengahari

Tempat: Perkarangan JPSPP

Pada 19 Julai 2017, satu majlis Mega Aidilfitri JPSPP-MACFEA telah diadakan di perkarangan JPSPP. Ianya merupakan majlis sambutan Aidilfitri anjuran bersama

MACFEA dan Jabatan Pengurusan Sumber dan Pengajian Pengguna (JPSPP), Fakulti Ekologi Manusia, UPM. Majlis dimulakan dengan tazkirah yang disampaikan oleh Ustaz Khairul Abdan. Tujuan penganjuran majlis ini adalah untuk mengeratkan silaturrahim di antara ahli-ahli MACFEA dan JPSPP di antara satu sama lain. Ianya juga bertujuan untuk

memperkenalkan MACFEA dan JPSPP kepada agensi-agensi kerajaan dari segi kepakaran ahli-ahli MACFEA dan JPSPP. Antara agensi yang hadir ke majlis tersebut ialah wakil dari CFM, FOMCA, KPDNKK, KBS, IYRES dan YB Senator Tan Sri Dato Seri' Dr Ibrahim Shah Abu Shah yang merupakan pengerusi Majlis Penasihat Pengguna Negara.



THE 21ST MACFEA NATIONAL SEMINAR 2017

ALHAMDULILLAH!

The 21st MACFEA NATIONAL SEMINAR was finally held from the 13th to 14th December 2017. This year's National MACFEA Seminar was indeed significant as it ushered in the 21st edition of the yearly MACFEA National Seminars. This year's Seminar focused on a theme that highlighted consumer services and their protection and at the same time also showcased a side theme on Muslim Friendly Hospitality Services in Malaysia.

The Seminar attracted the attendance of members of MACFEA, the academia, researchers, students, practitioners, service providers and government officials to share their views on the main, special or sub-themes to ensure a sustainable relationship between consumers and service providers. In total, the Seminar Secretariat received an initial 60 papers but eventually the collection was only collected from 34 parti-

pants (which exempted MACFEA Exco Members as well as Secretariat Committee members).

This year, the Seminar was jointly organized by The Malaysian Consumer and Family Economics Association (MACFEA), the Niche Area Research Grant Scheme (NRGS) Group on Legal and Administrative Framework for Muslim Friendly Hospitality Services (130010001) and was hosted by the Ahmad Ibrahim Kulliyyah of Laws, International Islamic University, Malaysia.

This National Seminar was hopefully a great contribution to the public especially the consumers. The output of the seminar will continue to support public education as well as provide a lasting impact on the relevant government agencies, service providers and the academics that have contributed to the seminar.



KARNIVAL PENGGUNA DAN KOMUNIKASI KALI PERTAMA 2017

Tarikh: 30 Mac 2017
Hari : Khamis
Masa : 8 pagi -5.30 petang
Tempat:
Dewan Kuliah 3, Fakulti Ekologi Manusia, Universiti Putra Malaysia

Program ini merupakan tajaan dari *Communications and Multimedia Consumer Forum of Malaysia* (CFM). Program ini melibatkan pelajar pasca siswazah dan siswazah Fakulti Ekologi Manusia, UPM. Tujuan utama pengajian program ini ialah untuk mewujudkan jaringan kerjasama di antara jabatan, fakulti dengan CFM. Selain itu, ianya bertujuan untuk memberikan pengetahuan kepada peserta berkenaan proses aduan yang betul mengikut saluran yang disediakan sekaligus meningkatkan kesedaran tentang peranan CFM di dalam menangani aduan berkenaan telekomunikasi



dan multimedia. Dengan itu dapat menggalakkan kreativiti peserta di dalam menangani isu-isu telekomunikasi dan multimedia. Antara aktiviti yang diadakan ialah forum, kuiz berkenaan CFM, pertandingan 3 minutes talk dan penulisan esei. Forum yang diadakan bertajuk "realiti

pengguna kini dalam menangani isu komunikasi dan multimedia" yang dimoderator oleh Dr. Shamsul Azahari Bin Zainal Badari.



Program dirasmikan oleh dekan fakulti Ekologi manusia Prof. Dr. Laily Paim



Salah seorang penceramah dari CFM

SEMINAR HASIL PENYELIDIKAN: ISU DAN CABARAN PENGGUNA WARGA EMAS

Satu seminar perkongsian hasil penyelidikan berkaitan isu dan cabaran pengguna warga emas telah diadakan pada tarikh dan tempat seperti di bawah:

Tarikh: 14 November 2017
Hari: Selasa
Masa: 8 pagi -1 tengahari
Tempat: Auditorium Jurutera, UPM

Seminar ini merupakan perkongsian hasil penyelidikan berkenaan isu dan cabaran pengguna warga emas. Seminar ini merupakan anjuran bersama Universiti Putra Malaysia dan Kementerian Perdagangan

Dalam Negeri Koperasi dan Kepenggunaan (KPDNNK). Sebanyak tiga pembentangan telah diadakan. Pembentangan yang pertama adalah bertajuk "wajah-wajah engguna warga emas Malaysia" yang dibentangkan oleh Prof. Madya Dr. Sharifah Azizah Haron. Pembentangan yang kedua adalah bertajuk "perlindungan kendiri dalam kalangan pengguna warga emas" disampaikan oleh Dr. Syuhaily Osman dan pembentangan yang terakhir bertajuk "bersediakah pasaran Malaysia menghadapi penuaan penduduk" yang disampaikan oleh Dr. Zumilah Zainalaludin.





Poster Program



Sesi dialog bersama Prof. Madya Dr. Sharifa Azizah Haron, Dr. Syuhaily Osman, Dr. Zumilah Zainaludin dan Prof. Dr. Laily Paim sebagai moderator.

LAWATAN KE AGENSI KEPENGGUNAAN DAN UNIVERSITI SDNEY, AUSTRALIA

Tarikh: 18 November 2017 – 26 November 2017.

Bil. Peserta : 6 orang yang terdiri daripada EXCO dan ahli MACFEA. Sebanyak tiga universiti dan tiga agensi kepenggunaan telah dilawati dalam program ini. tiga buah universiti yang terlibat ialah Australian National Universiti, University of Wollongong dan Universiti New South Wales (UNSW).

Manakala agensi kepenggunaan pula ialah CHOICE, Australian Federal Islamic Center (AFIC) dan Community Recycling Network (CRN) cawangan Sydney.





Suasana di Tokyo Metropolitan University (TMU)



LAWATAN KE AGENSI KEPENGUNAAN DI TOKYO, JEPUN

Tarikh: 19 November 2017 – 25 November 2017.

Bil. Peserta : 8 orang yang terdiri daripada EXCO dan ahli MACFEA. Bagi lawatan ke Tokyo, sebanyak dua universiti dan dua agensi kepenggunaan telah dilawati. Universiti yang telah dilawati ialah Teknologi Metropolitan Universiti dan Waseda Universiti. Manakala agensi kepenggunaan yang terlibat ialah Consumers of Japan (CJ) dan Consumer Union of Japan (CUJ) serta Ekspo Halal Jepun, Islamic Center (AFIC) dan Community Recycling Network (CRN) cawangan Sydney.



Lawatan ke Consumers Japan (CJ)



Lawatan ke Consumer Union of Japan (CUJ)



Lawatan ke Tokyo Metropolitan University (TMU)

KARNIVAL PENGGUNA DAN KOMUNIKASI KALI KEDUA 2017

Pada 21 Disember 2017, bertempat di Dewan Seminar Al-Farabi di Fakulti yang sama, program Cabaran Pengguna Dalam Dunia Komunikasi dan Multimedia. Majlis dirasmikan oleh Dr. Husniyah Binti Abd. Rahim iaitu Timbalan Dekan Akademik dan Antarabangsa. Seramai 140 peserta yang telah menandatangan kehadiran pada awal pagi. Bilangan peserta bertambah melebihi 200 peserta ketika program Forum berlangsung. Program sesi pagi adalah ceramah mengenai agensi dan fungsi CFM oleh Encik. Abd. Rahman Bin Samad. Program seterusnya adalah Forum yang bertemakan Isu dan Cabaran Pengguna dalam Dunia Komunikasi dan Multimedia. Forum ini dimoderasikan oleh Dr. Hj. Mohd. Amim Bin Othman. Di sebelah petang, bengkel latihan dalam kumpulan berkenaan perlindungan pengguna dalam pembelian saluran komunikasi dan multimedia.

Dengan adanya dana dari pihak CFM, Jabatan Pengurusan Sumber dan Pengajian Pengguna dapat mengendalikan program bersama pengguna dalam kampus. Program sebegini dapat meningkatkan ilmu pengetahuan dan kesedaran tentang penggunaan perkhidmatan komunikasi dan multimedia dalam kalangan komuniti UPM. Cara ini juga



dapat meningkatkan kefahaman tentang undang-undang dan perlindungan pengguna berkaitan perkhidmatan komunikasi dan multimedia dalam kalangan komuniti UPM. Program seumpama ini juga dapat mendaya upaya pengguna melaksanakan perlindungan kendiri. Sejajar dengan motto UPM berilmu dan ber-

bakti dapat dilaksanakan dengan adanya hubungan kerjasama antara MACFEA dan JPSPP dengan CFM bagi melahirkan pengguna kompeten.

AHLI JAWATANKUASA MACFEA DAN MEDIA



AHLI JAWATANKUASA MACFEA DAN MEDIA



Ahli Parlimen berbahagia mengenal pasti perwakilan Malaysia dalam TPPA

Malaysia peroleh manfaat besar

K



Pas bimbang aspek keselamatan negara akan terjejas



Negara dijangka naik KDNK sehingga 10 peratus setahun



Sektor logistik perkapalan dijangka berkembang sebanyak lima peratus

42 bisnes

TINTA BIZ



HARIAN METRO

Jujur manfaat wang BRIM

■ Peneraju perlu sihat bagi perlakuanan cikcik berdasarkan diajukan perkira los perlu



hadir di sekolah dan universiti untuk promosi pengurusan perkhidmatan awam. Maka, pengurusan perkhidmatan awam yang bersifat jujur dan bertanggungjawab adalah penting. Dalam hal ini, kerajaan perlu memberi tumpuan pada pengurusan perkhidmatan awam yang bersifat jujur dan bertanggungjawab. Pada akhirnya, pengurusan perkhidmatan awam yang bersifat jujur dan bertanggungjawab akan membawa kepada kesejahteraan rakyat.

HARIAN METRO
HARIAN METRO
HARIAN METRO

PENGHARGAAN DAN TAHNIAH

1. PROF. DR. LAILY PAIM

Syaranan Inugural oleh Prof. Dr. Laily Paim

Tarikh: 20 Oktober 2017

Hari: Jumaat

Masa: 9.30 pagi – 12.00 tengahari

Tajuk Syaranan : Kemiskinan dan kerentetan: Penelitian konsep dan pengukuran dalam era revolusi industri 4.0.

2. PROF. MADYA DR. MOHAMAD FAZLI SABRI

PM Dr. Mohamad Fazli Sabri telah tersenarai sebagai finalis Anugerah Inovasi Negara (AIN) 2017 menerusi produk Kit Bijak Wang: Adik Bijak Cerdik Duit.

3. DR. SYUHAILEY OSMAN

Dr. Syuhaily Osman telah dilantik menjadi Ahli Jawatankuasa Pengiklanan KDNKK bagi Sesi 2017-2019.

