

MEDIA SOSIAL SEBAGAI MEDIUM PENYEBARAN MAKLUMAT DALAM MENERAJUI SAINS ISLAM DI PERSADA ANTARABANGSA

Shaharudin Ismailⁱ Halimaton Sa'adiah Ariffinⁱⁱ & Zul Hilmi Abdullahⁱⁱⁱ

ⁱ Pensyarah Kanan, Fakulti Sains & Teknologi, Universiti Sains Islam Malaysia.
shaharudin@usim.edu.my

ⁱⁱ (Penulis Korespondan). Guru Tamhidi, Pusat Tamhidi, Universiti Sains Islam Malaysia.
halimaton@usim.edu.my

ⁱⁱⁱ Cybersecurity Specialist Manager, Lembaga Zakat Selangor
zulhilmi.abdullah@zakatselangor.com.my

Abstrak

Pelbagai cabaran perlu dihadapi oleh sesebuah organisasi dan negara dalam usaha memartabatkan Sains Islam di persada antarabangsa. Persada antarabangsa bermaksud pengetahuan Sains Islam sebagai rujukan, dikenali, digunapakai dan dikomersilkan. Sains Islam memberikan penekanan terhadap penyatuan antara sains dan agama, hal ini ditegaskan berasaskan kepada konsep kesatuan ilmu Islam menurut paradigma tauhid. Sains Islam secara realitinya perlu diberikan penekanan yang lebih mendalam agar dapat meningkatkan kefahaman seseorang sarjana tentang asas dan pendekatan sesuatu disiplin pengajian. Salah satu cabaran adalah dalam menyampaikan maklumat penting dan kritikal kepada kumpulan sasaran (seperti pemerintah, penyelidik, pemilik perniagaan serta pengguna). Penyampaian maklumat yang mudah serta tepat adalah sangat penting dalam memahami pengetahuan Sains Islam. Penggunaan teknologi terkini termasuk media sosial boleh diaplikasikan dalam mencapai maksud tersebut agar penyebaran maklumat lebih berkesan dan tepat kepada kumpulan sasaran. Media sosial adalah medium platform yang baik untuk menyampaikan maklumat dan bersosial secara virtual sekali gus mengeratkan lagi hubungan sesama manusia, akan tetapi ianya perlu digunakan dengan baik dan ditadbir urus dengan bijaksana. Kertaskerja ini membincangkan bagaimana media sosial dapat diaplikasikan sebagai satu medium dalam menyampaikan maklumat kepada kumpulan sasaran, dalam usaha meneraju Sains Islam di persada antarabangsa.

Kata kunci: media sosial, sains Islam, penyampaian maklumat.

PENDAHULUAN

Dalam era teknologi terkini, penyebaran maklumat menggunakan pelbagai medium elektronik telah menjadi aset yang sangat penting kepada sesebuah organisasi. Organisasi berkemungkinan kurang berkeupayaan untuk bersaing dalam pelbagai situasi jika tidak terdedah dengan kemajuan teknologi dan tidak mempunyai maklumat yang mencukupi dalam menjalankan sesuatu perniagaan sekiranya organisasi tersebut terlibat dalam perniagaan. Daripada satu sudut lain, keberkesanan penyampaian dan penyebaran maklumat dilihat berkeupayaan menentukan kejayaan sesuatu organisasi dalam pengoperasiannya. Kemajuan

teknologi komunikasi seperti telefon bimbit, televisyen serta internet merupakan salah satu medium dalam penyampaian dan penyebaran maklumat kepada masyarakat. Capaian Internet yang baik telah membolehkan media sosial dijadikan sebagai medium dalam menyampai dan menyebarkan maklumat kepada pelanggan dan kumpulan sasar lebih cepat dan berkesan.

Dalam era mobilisasi dan interaktiviti kini, media sosial merupakan salah satu rujukan utama dalam usaha mendapatkan maklumat berkaitan sesuatu organisasi. Justeru capaian dan kandungan media sosial perlu memenuhi keperluan pelawat yang terdiri dari pelbagai lapisan dan tahap literasi bagi memberi keyakinan kepada mereka tentang sesebuah organisasi. Media sosial boleh bertindak seolah - olah menjadi "jurujual" kepada "produk-produk" sesebuah organisasi. Pengiklanan "produk-produk" sesebuah organisasi boleh dilakukan melalui media sosial kerana pengiklanan merupakan kaedah pemasaran terpenting di dalam perniagaan dalam memperkenalkan "produk" dan organisasi. Kandungan media sosial yang teratur dan menarik mampu meningkatkan reputasi sesebuah organisasi kerana ia boleh mencerminkan organisasi berkenaan. Maka, hasil capaian dan rujukan kepada "produk-produk" sesebuah organisasi adalah sebenarnya bergantung kepada keberkesanan media sosial organisasi berkenaan untuk meyakinkan pelawat dan pembaca laman web berkenaan bahawa mereka harus mendapatkan "produk" yang ditawarkan. Oleh itu, memiliki media sosial yang efektif merupakan aspek penting untuk menentukan kejayaan sesebuah organisasi untuk menjadikan produk yang menjadi rujukan, dikenali, digunapakai dan dikormesilkan.

Sains Islam secara realitinya perlu diberikan penekanan yang lebih mendalam agar dapat meningkatkan kefahaman seseorang sarjana tentang asas dan pendekatan sesuatu disiplin pengajian. Sains Islam memberikan penekanan terhadap penyatuan antara sains dan agama, hal ini ditegaskan berasaskan kepada konsep kesatuan ilmu Islam menurut paradigma tauhid. Maka, penggunaan media sosial boleh diaplikasikan dalam memartabatkan Sains Islam kerana media sosial adalah satu medium yang baik untuk bersosial sekali gus mengeratkan lagi hubungan sesama manusia, akan tetapi ianya perlu digunakan dan diuruskan dengan bijaksana.

Kertas kerja ini akan meninjau perkara berkaitan media sosial, definisi maklumat, kepentingan penyampaian dan penyebaran maklumat serta keberkesanan media sosial dalam menyampaikan maklumat kepada pengguna.

MEDIA SOSIAL

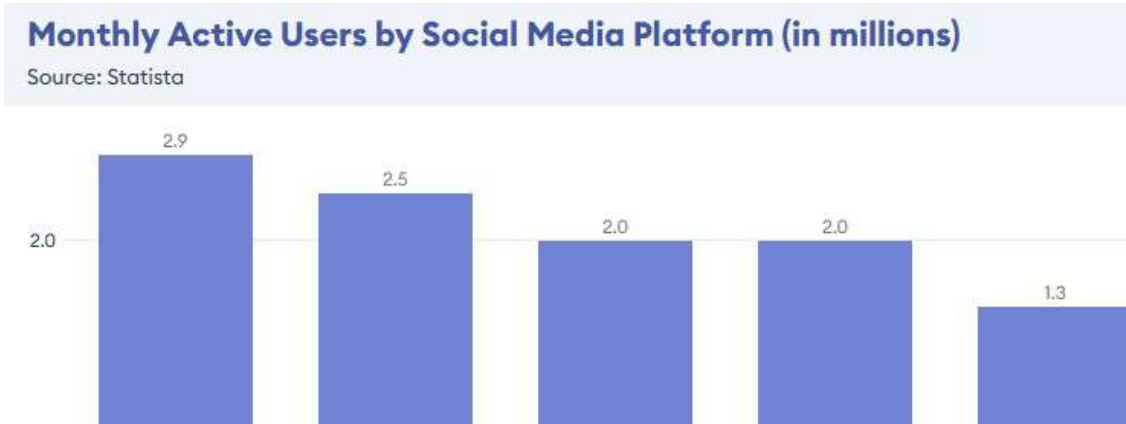
Media sosial adalah platform atas talian yang membolehkan para pengguna dengan mudah untuk menyertai, berkongsi, dan mencipta isi kandungan tersendiri. Pengguna dapat berinteraksi dan berkomunikasi dengan pengguna lain, disamping dapat membentuk ikatan sosial secara virtual. Media sosial juga membolehkan pengguna berkongsi, menyertai, dan mencipta isi melalui rangkaian sosial, wiki blog, dan dunia virtual. Media sosial seperti Instagram, Facebook, Twitter, blog dan wiki dikenali sebagai platform yang digunakan oleh manusia secara global.

Media sosial adalah satu medium sesuai untuk bersosial secara virtual sekali gus mengeratkan lagi hubungan sesama manusia. Walau bagaimanapun, penggunaan media sosial harus digunakan dengan beretika dan secara bijaksana. Sekiranya penggunaan media sosial di salah guna, dengan kecuaiian dan kelekaan terhadap medium ini maka sedikit sebanyak akan memberikan impak negatif terhadap kehidupan manusia itu sendiri bahkan kepada masyarakat. Penggunaan media sosial dengan mengamalkan ajaran Islam dapat mengelakkan umat manusia daripada terus menerus menyebarkan maklumat yang berunsur negatif. Kesan penyalahgunaan penyebaran maklumat di dalam media sosial boleh membawa kepada keruntuhan akhlak dan akidah, secara tidak langsung individu tersebut akan terdedah dengan pelbagai masalah melalui media sosial. Oleh itu sebagai manusia yang mempunyai pegangan agama Islam yang baik serta berakhlak mulia, gunakanlah nikmat dan anugerah tuhan ini sebaiknya kerana bagi setiap ciptaan tuhan itu mempunyai hikmah dan kebaikan yang sempurna. Walaubagaimanapun, dalam kesibukan mengakses media sosial, pengguna hendaklah sedar dan patuh terhadap etika demi kelestarian penggunaan media sosial.

Penggunaan media sosial semakin berkembang dari masa ke semasa. Malah pengguna menjadikan media sosial sebagai salah satu platform penting untuk berbincang dan berkomunikasi secara maya. Pada 2023, dianggarkan seramai 4.9 bilion orang menggunakan media sosial di seluruh dunia. Jumlah ini dijangka melonjak kepada kira-kira 5.85 bilion pengguna menjelang 2027. Dalam Rajah 1 menunjukkan platform media sosial yang paling banyak digunakan di dunia ialah Facebook, dengan 2.9 juta pengguna aktif bulanan di seluruh dunia. Penguasaan penggunaan Facebook berterusan hingga 2023, diikuti dengan penggunaan aplikasi yang sangat popular iaitu aplikasi YouTube, dengan bilangan seramai 2.5 juta pengguna yang aktif dalam bulanan.

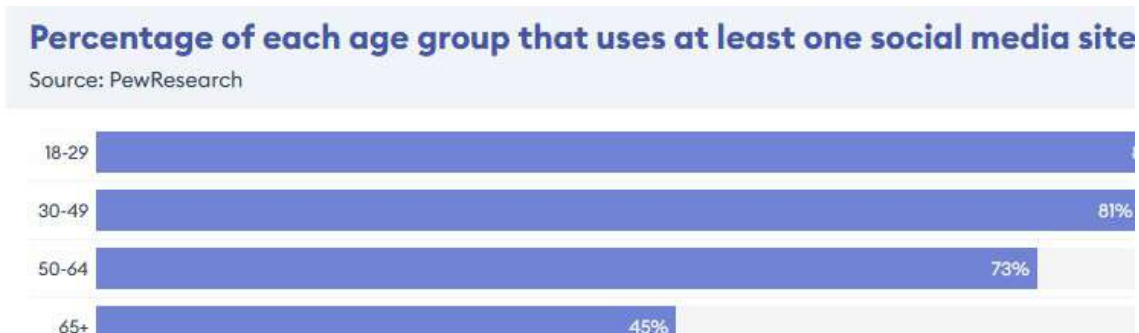
Penggunaan TikTok menjadi aplikasi media sosial utama pada Q4 2022, telah menjana pendapatan sebanyak US\$350 juta, telah mengatasi pendapatan Facebook, Instagram, Twitter dan Snapchat dengan mudah. Jumlah penggunaan YouTube mencerminkan jangkauannya yang luas, iaitu sebanyak 52% pengguna internet telah mengakses perkongsian video itu sekurang-kurangnya sekali dalam sebulan.

Sehingga tahun 2023, platform ini mempunyai 2.68 bilion pengguna aktif, serta 80 juta pelanggan YouTube Premium. Ia juga mengukuhkan kedudukannya sebagai enjin carian kedua terbesar di dunia, setanding Google.



Rajah 1. Pengguna Media Sosial mengikut platform
(Rujukan: Belle Wong & Bottorff, 2023)

Penggunaan media sosial lazimnya condong ke arah demografi golongan usia yang lebih muda. Berpandukan Rajah 2, sebanyak 84% daripada mereka yang berumur 18 hingga 29 tahun dan 81% daripada orang antara 30 hingga 49 tahun secara aktif menggunakan sekurang-kurangnya satu akaun media sosial. Tetapi trend penggunaan aktif ini berterusan dalam demografi pada usia lebih senior, dengan 73% dalam julat umur 50 hingga 64 tahun dan agak mengejutkan sebanyak 45% daripada mereka adalah dalam kalangan umur 65 tahun ke atas.



Rajah 2. Pengguna Media Sosial mengikut umur
(Rujukan: Belle Wong & Bottorff, 2023)

Majoriti pengguna mengakses media sosial menggunakan peranti mudah alih, dengan sebanyak 99% telah menggunakan tablet atau telefon pintar untuk mengakses media sosial.

Pengguna media sosial telah menghabiskan kira-kira 145 minit di media sosial setiap hari. Justeru, penggunaan media sosial sedikit sebanyak mempengaruhi

masa pengguna setiap hari. Dalam Islam telah menjelaskan tentang kepentingan masa agar memanfaatkan masa. Ini telah dijelaskan dalam ayat Al-Quran.

“Demi Masa! Sesungguhnya manusia itu dalam kerugian – Kecuali orang-orang yang beriman dan beramal soleh, dan mereka pula berpesan-pesan dengan kebenaran serta berpesan-pesan dengan sabar”. - Surah al-Asr ayat 1-3.

KANDUNGAN MAKLUMAT

Maklumat adalah penyusunan atau organisasi koleksi data yang telah diproses (Laudon & Laudon, 2010). Dalam ertikata lain, maklumat adalah data-data yang telah disusun dalam bentuk yang teratur dan dapat memberi makna dan pengetahuan yang berguna kepada pengguna. Ciri-ciri maklumat ialah:

- **Tepat**
Maklumat yang dihasilkan bebas daripada ralat. Maklumat yang mengandungi ralat adakalanya lebih merbahaya daripada keadaan tiada maklumat. Ini kerana maklumat sedemikian mungkin membuatkan pengguna mengambil keputusan yang salah.
- **Lengkap**
Maklumat sempurna dan lengkap bermaksud segala keperluan pengguna maklumat dipenuhi.
- **Berwibawa**
Maklumat tersebut mempunyai kebolehpercayaan yang tinggi disamping boleh dirujuk semula akan sumber maklumat tersebut sekiranya dikehendaki.
- **Relevan**
Maklumat yang dapat memenuhi kehendak dan kemahuan pengguna maklumat.
- **Jimat**
Maklumat yang akan dihasilkan oleh sistem maklumat tersebut mestilah mempunyai ciri keberkesanan kos, dimana pelaburan bagi menghasilkan maklumat tersebut adalah rendah berbanding pendapatan ataupun keuntungan yang diperolehi.
- **Anjal**
Maklumat yang dihasilkan boleh digunakan oleh orang ramai (pengguna) dan untuk pelbagai tujuan.
- **Ringkas**
Maklumat yang dipersembahkan kepada pengguna hendaklah dalam bentuk yang mudah difahami. Maklumat yang terlalu padat atau terlalu banyak boleh menyebabkan limpahan maklumat kepada pengguna.

- **Pemasaan**

Ciri ini sangat penting kerana maklumat di luar masa dikehendaki, mungkin tidak lagi berguna. Apabila pengguna maklumat memerlukan suatu maklumat pada suatu masa dan tempat, maka sistem maklumat tersebut seharusnya berkeupayaan untuk menjanakan maklumat tersebut tepat pada waktunya.

- **Keselamatan**

Maklumat seharusnya mempunyai ciri sekuriti bagi membolehkan hanya orang yang berhak dan layak sahaja memilikinya.

Maklumat adalah sebagai suatu pengaruh yang membawa kepada suatu transformasi. Maka suatu alat yang digunakan untuk membantu dalam menjalankan penyelidikan dan membuat keputusan. Dalam organisasi sekarang, setiap daripada kita perlu bertanggungjawab memperoleh maklumat kerana maklumat adalah peralatan utama bagi melakukan segala-galanya. Namun yang lebih penting lagi adalah kita perlu tahu menggunakan maklumat tetapi sangat sedikit antara kita yang celik maklumat (Drucker, 2001).

Dalam Islam itu sendiri mengatakan carilah ilmu, tuntutlah ilmu, hayatilah ilmu, gunakanlah ilmu, sebarakanlah ilmu, gunakan ilmu untuk merubah masyarakat kepada yang lebih baik dan ilmu sebagai alat untuk mendekati diri kepada Allah.

Oleh yang demikian, maklumat yang diperolehi bergantung kepada bagaimana data tersebut diterjemah atau ditakrifkan. Maklumat terhasil daripada data-data yang telah diproses dan seterusnya telah mewujudkan Hirarki Maklumat. Hirarki Maklumat terbahagi kepada empat (4) bahagian iaitu Data, Maklumat, Pengetahuan dan Kebijaksanaan (Rowley, 2007).

Menurut Mohamad Fauzan Noordin (2009), kepentingan maklumat boleh dilihat dari tiga (3) aspek seperti berikut:

- Maklumat penting untuk membuat keputusan. Sesebuah organisasi membuat keputusan daripada maklumat yang diterima. Maklumat yang betul dan tepat membantu ketepatan keputusan yang dibuat. Selain itu, proses pembuatan keputusan dapat dibuat dengan lebih berkesan dan pantas dengan bantuan ICT (George P. Huber, 1990) di mana para pembuat keputusan lebih mudah mendapat capaian maklumat yang dikehendaki.
- Maklumat adalah satu industri. Maklumat dijadikan sebagai elemen penting dalam pelbagai urusan. Maklumat adalah aset berharga yang boleh dijadikan produk, bahan perniagaan serta medium jual beli.
- Maklumat adalah satu kuasa. Pada era ledakan ICT ini, kebergantungan terhadap maklumat dalam urusan seharian semakin meningkat. Semakin banyak seseorang atau sesuatu pihak mempunyai maklumat, semakin tinggi kemampuan mereka untuk bersaing.

Justeru, benarlah dikatakan bahawa dalam zaman ledakan ICT ini, maklumat merupakan aset yang sangat penting kepada sesebuah organisasi kerana

berkeupayaan sesebuah organisasi untuk bersaing sangat bergantung kepada keupayaan memproses, mengguna dan menyampaikan maklumat. Dalam ertikata lain, keberkesanan pemrosesan, penyampaian dan penyebaran maklumat sebenarnya boleh menentukan kejayaan sesuatu organisasi.

PENYEBARAN MAKLUMAT MELALUI MEDIA SOSIAL

Kandungan maklumat adalah perkara yang penting kerana ia akan menentukan apakah maklumat yang disalurkan dan keberkesanan maklumat tersebut kepada pengguna agar dapat mencapai tujuan pelaksanaan dan keberkesanan penyebaran maklumat.

Ciri-ciri kandungan maklumat yang perlu ada adalah seperti berikut:

- Kandungan maklumat yang tepat (ketepatan maklumat adalah penting dalam mencerminkan reputasi sesebuah organisasi ataupun pengetahuan).
- Kandungan maklumat perlu sentiasa dikemaskini agar tiada kandungan yang telah lapuk.
- Kandungan maklumat perlu mengekalkan kerahsiaan serta integriti (jika perlu).
- Kandungan maklumat perlu mengikut jenis kumpulan sasaran seperti korporat, pengguna, pihak berkepentingan, etc. Ini adalah kerana terdapat perbezaan kandungan maklumat bagi kumpulan sasaran yang berlainan.
- Penyediaan kandungan maklumat yang berteraskan Islam akan mencerminkan reputasi sesebuah organisasi ataupun pengetahuan.
- Kandungan maklumat juga boleh memaparkan imej dan reputasi sesebuah organisasi ataupun pengetahuan.
- Kandungan yang boleh menjadi tempat rujukan yang merangkumi rujukan perihal Islam serta pengetahuan.

Berdasarkan kepada statistik pengguna media sosial dan kepentingan penyebaran kandungan maklumat, media sosial dapat diaplikasikan sebagai satu medium dalam menyampaikan maklumat kepada kumpulan sasaran, dalam usaha meneraju Sains Islam di persada antarabangsa.

MAKLUMAT ATAU KANDUNGAN MEDIA SOSIAL

Maklumat atau kandungan yang menarik dan mudah difahami dapat membantu sesuatu pihak untuk menyampaikan mesej yang dikehendaki. Begitu juga bagi organisasi yang mempromosi sains Islam boleh mengadaptasi beberapa pendekatan seperti berikut:

- Infografik: Kandungan infografik yang menjelaskan konsep-konsep ilmiah dalam Islam secara kreatif dan mudah difahami. Konsep sains Islam, sejarah tokoh-

tokoh sains Islam, sumbangan saintis Islam dan lain-lain kandungan boleh diterjemahkan dalam bentuk infografik.

- Potongan penting ayat Al-Qur'an: Potongan dari Al-Qur'an yang berkaitan dengan sains atau pengetahuan. Sertakan penjelasan tentang bagaimana ayat tersebut relevan dengan temuan sains moden atau konsep-konsep ilmiah boleh dikongsikan dalam bentuk poster, video, atau apa-apa bentuk kandungan interaktif yang menarik dan mudah difahami.
- Artikel atau blog: Tulis artikel atau blog yang membahas topik-topik sains dan Islam. Sebagai contoh, menulis tentang sumbangan ilmuwan Islam dalam perkembangan sains atau menjelaskan perspektif Islam tentang fenomena alam tertentu dalam bentuk yang mudah difahami oleh golongan sasaran.
- Video eksperimen: Kandungan video yang menunjukkan eksperimen ilmiah yang selari dengan prinsip-prinsip Islam., Contohnya, menggambarkan bagaimana cahaya memantul atau menguraikan konsep-konsep sains lainnya melalui demonstrasi praktis.
- Podcast, webinar atau wawancara: Buat podcast atau wawancara dengan ahli sains atau cendekiawan Islam yang membahas topik-topik sains Islam. Ini memberikan kesempatan bagi pendengar untuk mendengarkan pemikiran mereka dan memperoleh pemahaman yang lebih dalam.
- Meme atau gambar lucu: Gunakan humor untuk mempromosikan sains Islam dengan cara yang menyenangkan. Buat meme atau gambar lucu yang menggabungkan elemen sains dan Islam untuk menarik perhatian dan membuat kandungan lebih mudah difahami dan diingat.
- Pertanyaan dan kuis: Ajukan pertanyaan sains atau kuis yang berkaitan dengan Islam di media sosial. Ini akan mendorong penglibatan pengikut laman atau kumpulan media sosial dan membantu meningkatkan pemahaman mereka tentang sains Islam.

Penyedia kandungan perlu mengenali golongan sasaran untuk memastikan kandungan dapat dihasilkan dengan cara yang menarik, mudah dipahami, dan sesuai dengan golongan sasaran. Kepelbagaian variasi jenis kandungan yang disajikan untuk menjamin kesegaran maklumat dan penglibatan pengikut. Selain itu, kombinasi multimedia dan 'storytelling' yang mantap dalam menghasilkan kandungan juga penting demi memastikan mutu kandungan. Ini menjadikan pengikut atau rakan di media sosial terus datang kembali untuk maklumat lebih lanjut tentang sains Islam.

KESIMPULAN

Persada antarabangsa bermaksud pengetahuan Sains Islam yang menjadi rujukan, dikenali, digunakan dan dikormesikan. Sains Islam memberikan penekanan terhadap penyatuan antara sains dan agama, hal ini ditegaskan berasaskan kepada konsep kesatuan ilmu Islam menurut paradigma tauhid. Sains Islam secara

realitinya perlu diberikan penekanan yang lebih mendalam agar dapat meningkatkan kefahaman seseorang sarjana tentang asas dan pendekatan sesuatu disiplin pengajian. Salah satu cabaran adalah cabaran dalam menyampaikan maklumat penting dan kritikal kepada kumpulan sasar (seperti pemerintah, penyelidik, pemilik perniagaan serta pengguna). Penyampaian maklumat yang mudah serta tepat adalah sangat penting dalam memahami pengetahuan Sains Islam. Penggunaan teknologi terkini termasuk media sosial boleh diaplikasikan dalam mencapai maksud tersebut agar penyebaran maklumat adalah lebih berkesan dan sampai kepada kumpulan sasar. Media sosial adalah platform kepada pengguna untuk bersosial sekali gus mengeratkan lagi hubungan sesama manusia, akan tetapi ianya perlu digunakan dan diuruskan dengan bijaksana berlandaskan amalan Islam. Berdasarkan kepada statistik pengguna media sosial dan kepentingan penyebaran kandungan maklumat, media sosial dapat diaplikasikan sebagai satu medium dalam menyampaikan maklumat kepada kumpulan sasar, dalam usaha meneraju Sains Islam di persada antarabangsa.

RUJUKAN

- Belle Wong, J.D. & Bottorff, C. (2023). Top Social Media Statistics And Trends Of 2023. <https://www.forbes.com/advisor/business/social-media-statistics/> (diakses pada: 11 Jun 2023)
- Bhimani, A. 1996 Securing the commercial Internet ,Communications of the ACM, Vol 39 no 6 pp29-35
- Doron, E. and A. Wool, *WDA: a Web farm distributed denial of service attack attenuator*. Computer Networks. 2011. 55(5): p. 1037-1051.
- Drucker, P. (2001), Management Challenges for the 21st Century, HarperBusiness; 1st paperback edition (June 26, 2001) ISBN-10: 0887309992 New York.
- Eisingerich, Andreas B.; Kretschmer, Tobias (2008). "In E-Commerce, More is More". Harvard Business Review 86 (March): 20–21.
- Get Malaysian Business Online . Dicapai pada 2 September 2012 daripada <http://www.getmybusinessonline.com.my/>
- "How to Measure the Effectiveness of Web Designs" Dicapai pada 25 September 2012 daripada http://sixrevisions.com/web_design/how-to-measure-the-effectiveness-of-web-designs/
- Internet World Stats (2011). World Internet Users and Population Stats". Miniwatts Marketing Group. (Dicapai pada 2 September 2012)

- Laudon K. C. & Laudon J. P. (2010). *Management Information Systems : Managing the Digital Firm*. New Jersey:Pearson.
- Martin Hilbert and Priscila López (April 2011), "The World's Technological Capacity to Store, Communicate, and Compute Information", *Science*, 332(6025), 60–65.
- Mohamad Fauzan Noordin. (2009). *ICT and Islam*. Kuala Lumpur:IIUM.
- Robert Richardson. 2008 CSI Computer Crime & Security Survey. Retrieved 10 September 2012 from <http://gocsi.com/sites/default/files/uploads/CSIsurvey2008.pdf>.
- Rowley, Jennifer (2007). "The wisdom hierarchy: representations of the DIKW hierarchy". *Journal of Information Science* 33 (2): 163–180. doi:10.1177/0165551506070706
- Sharina Samsudin & Mohd Hafidz Hussein. (2004). Dimensi Periklanan di Internet: Tinjauan faktor yang mempengaruhi keberkesanan iklan di laman web. Seminar Kebangsaan Komunikasi ke-2. 18-19 Disember 2004. Hotel City Bayview Langkawi. Dicapai pada 28 Ogos 2012 daripada http://repo.uum.edu.my/531/1/internet_advertising_dimension.pdf
- Sri Ayu Kartikawati Amri, *Bantu perluas niaga*. Dicapai pada 28 Ogos 2012 daripada <http://www.hmetro.com.my/articles/Bantuperluasniaga/Article>
- Wyman, B., Walt, S., Phil, H., Lance, S., & Hardy, C. (2011). *Keselamatan Laman Sosial*. OUCH! SANS Securing the Human. September.
- Ylonen, T(1996) SSH–secure login connections over the Internet Proceedings of the 6th USENIX Security Symposium pp 37-42.