

PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI ALAT PROMOSI DI BEKAM ENTERPRISE

Aqilah Mohd Isa, Nur Ainna Izati Mohamad Zafi, Azfa Amira Mohamad, Chan Miao Zuan, Nurul Syifaa Norhisham, Siti Halijah Ngadiman
Jabatan Perdagangan, Politeknik Tuanku Sultanah Bahiyah, Kulim Hi-Tech Park, Kedah Darul Aman

Abstrak: Amalan bekam merupakan warisan perubatan Islam yang bertujuan untuk membuang darah dan angin kotor dalam badan seseorang. Ianya merupakan rawatan alternatif bagi merawat pelbagai jenis penyakit disamping dapat meningkatkan sistem daya tahan badan serta melancarkan sistem peredaran darah. Dalam kajian ini, kami telah memilih syarikat Bekam Enterprise sebagai syarikat untuk melakukan penyelidikan. Berdasarkan temubual bersama pemilik syarikat ini, Puan Fadzilah binti Osman, cabaran utama yang mereka hadapi adalah bilangan pelanggan yang kurang memuaskan. Objektif kajian ini adalah bertujuan untuk menghasilkan medan media sosial *Facebook* dan *Instagram* serta panduan cara penggunaannya. Selain itu, kajian ini turut menilai sejauhmana keberkesanan promosi melalui *Facebook* dan *Instagram* yang telah dihasilkan. Temubual dan borang soalselidik telah digunakan sebagai instrumen kajian di dalam mengumpulkan maklumat. Selain itu sumber data sekunder seperti artikel dari jurnal, surat khabar, majalah atau dari kajian yang lepas turut digunakan. Pengkaji juga telah menggunakan analisis *SWOT* bagi mengenalpasti masalah sebenar yang dihadapi oleh syarikat. Hasil dari analisis mendapati bahawa syarikat Bekam Enterprise masih menggunakan kaedah pemasaran tradisional dan kurang menggunakan media sosial di dalam mempromosikan perkhidmatannya. Oleh itu, pengkaji telah membangunkan medan *Facebook* dan *Instagram* bagi mempromosikan perkhidmatan yang mereka tawarkan secara meluas. Penghasilan media sosial ini diharapkan dapat digunakan secara berterusan di dalam mempromosikan perkhidmatan di Bekam Enterprise. Selain itu, sistem kad keahlian juga boleh dilaksanakan bagi menarik pelanggan untuk datang semula ke Bekam Enterprise.

Kata kunci: Bekam, Media Sosial, *Facebook*, *Instagram*

1.0 PENGENALAN

Pertumbuhan pusat rawatan alternatif berteraskan rawatan tradisional semakin berkembang sejajar dengan perkembangan teknologi masa kini. Walaupun pelbagai penemuan baru di dalam merawat penyakit telah ditemui namun rawatan alternatif atau tradisional masih mendapat sambutan dari masyarakat. Terdapat pelbagai jenis rawatan tradisional seperti akupunktur, refleksologi, aromaterapi dan lain-lain. Selain itu, rawatan bekam juga merupakan salah satu rawatan tradisional yang masih menjadi pilihan orang ramai terutamanya masyarakat melayu. Bergerak seiring dengan perubatan moden, bekam masih lagi relevan kerana ia merupakan salah satu perubatan yang mengikut sunnah Nabi Muhammad S.A.W Islam. Rawatan ini telah diamalkan sejak zaman Rasulullah lagi dan menjadi antara rawatan yang diamalkan oleh

masyarakat islam pada zaman tersebut.

1.1 Latarbelakang Kajian

Meskipun perubatan moden kian berkembang maju namun amalan berbekam masih lagi menjadi pilihan masyarakat melayu sehingga kini. Amalan bekam yang merupakan warisan perubatan Islam yang bertujuan untuk membuang darah dan angin kotor dalam badan. Tukang bekam dipanggil sebagai pembekam atau hajim. Bekam atau dikenali sebagai Al-Hijamah dalam Bahasa Arab merupakan satu proses membuang darah kotor atau toksin melalui permukaan kulit dengan tujuan membersihkan darah yang mengalir dalam tubuh. Ianya dipercayai salah satu cara detoksifikasi yang berkesan serta selamat dengan tiada kesan sampingan. Seperti yang kita sedia maklum, kulit adalah organ yang terbesar dalam tubuh dan merupakan tempat dimana terkumpulnya toksik

dalam badan seseorang. Diantara kebaikan berbekam adalah untuk melegakan atau menghapuskan kesakitan, memulihkan fungsi tubuh badan serta memberi seribu harapan pada pesakit untuk terus berikhtiar mendapat rawatan. Menurut Adnan Jaheya [1], antara kebaikan berbekam adalah menghilangkan keletihan, mengimbangi daya ketahanan badan, membuang angin dalam kepala yang menyebabkan pening, membuang darah yang bertoksik, sakit lutut dan lemah otot. Sejak Zaman Mesir kuno lagi kaedah berbekam menjadi amalan bagi penyembuhan pelbagai jenis penyakit, seperti sawan (*epilepsy*) angin ahmar (*stroke*), hinggalah ke penyakit yang ringan seperti masalah kulit dan letih serta lesu. Terdapat beberapa jenis bekam yang ada di Negara ini. Pertama, bekam kering atau bekam angin (*hijamah jaaffah*), iaitu menghisap permukaan kulit tanpa mengeluarkan darah kotor. Bekam kering ini berkhasiat untuk melegakan sakit secara darurat atau digunakan untuk meringankan ketidakselesaan urat-urat punggung kerana rheumatik, juga penyakit-penyakit penyebab ketidakselesaan punggung. Bekam kering baik bagi orang yang tidak tahan suntikan jarum dan takut melihat darah. Kulit yang dbekam akan tampak merah kehitam-hitaman secara tiga hari. Kedua, bekam basah (*hijamah rothbah*), iaitu dengan mula-mula melakukan bekam kering kemudian kita mencucuk permukaan kulit dengan jarum tajam lalu disekitarnya disedut dengan 'cupping' (gelas bekam) menggunakan pam tangan untuk mengeluarkan darah kotor dari dalam tubuh. Proses ini mengambil masa dalam tempoh 3 hingga 5 minit sebelum darah tersebut dibersihkan.

1.2 Penyataan Masalah

Dalam kajian ini, kami telah memilih syarikat Bekam Enterprise sebagai syarikat untuk melakukan penyelidikan. Syarikat ini terletak di Bagan Serai, Perak dan mula ditubuhkan pada tahun 2008. Pada awal penubuhannya, syarikat ini diberi nama Ibnu Sina Alternatives Therapy Centre yang ditempatkan di Jelutong, Perak. Syarikat ini telah mula beroperasi dari tahun 2008 sehingga 2017. Pada tahun 2017, syarikat ini telah berpindah ke Bagan Serai, Perak dan menukar nama syarikat kepada Bekam Enterprise.

Berdasarkan temubual bersama pemilik syarikat ini, Puan Fadzilah binti Osman, cabaran utama yang mereka hadapi ialah kekurangan pelanggan yang mengunjung ke pusat perubatan mereka. Kami mendapati bahawa syarikat ini kurang dalam teknik pemasaran yang terbaru dan kebanyakan pelanggan yang datang adalah terdiri daripada penduduk setempat dan kawasan sekitar Bagan Serai sahaja. Diantara usaha syarikat untuk mempromosikan perkhidmatan bekam ini adalah melalui banner yang di pasang di hadapan kedai. Walaupun syarikat ini turut mempromosikan perkhidmatan mereka melalui

media sosial seperti *Facebook*, tetapi akaun *Facebook* mereka tidak diselenggara dengan baik. Bagi menyelesaikan masalah ini, kami telah membuat keputusan untuk membantu syarikat ini meningkatkan bilangan pelanggan dengan melakukan promosi di media sosial, laman sesawang dan aplikasi yang memudahkan pelanggan untuk mengetahui tentang kewujudan pusat rawatan bekam ini. Melalui penggunaan media sosial *Facebook* kami akan mempromosikan pusat rawatan Bekam Enterprise ini dengan lebih meluas lagi. Oleh itu adalah diharapkan agar promosi melalui media sosial seperti *Facebook* dan *Instagram* yang kami cadangkan ini dapat membantu syarikat menarik lebih ramai pelanggan di masa hadapan.

1.3 Objektif Kajian

Objektif Kajian adalah seperti berikut:

- i. Untuk menghasilkan medan media sosial seperti *Facebook* dan *Instagram* di Bekam Enterprise
- ii. Menyediakan garis panduan tentang penggunaan *Facebook* dan *Instagram* kepada syarikat bekam enterprise
- iii. Mengenalpasti keberkesanan penggunaan *Facebook* dan *Instagram* di Bekam Enterprise.
- iv. Mengenalpasti tahap kepuasan pelanggan terhadap perkhidmatan yang disediakan di Bekam Enterprise.

2.0 KAJIAN LITERATUR

2.1 Kepentingan Media Sosial

Media sosial merupakan medan sebagai alat untuk berkomunikasi yang mudah dan cepat. Media sosial juga dijadikan sebagai alat untuk mempromosikan sesuatu produk kerana kaedah ini mudah dan berkesan bagi mempromosikan produk mereka. Selain itu, dengan media sosial juga dapat meminimumkan kos pengiklanan kerana ia menggunakan hujung jari sahaja dan ia juga merupakan strategi yang terbaik untuk menarik ramai pelanggan. Menurut Mohd Zaky Zainuddin [2] menyatakan bahawa ramai usahawan baharu menggunakan media sosial seperti *Facebook* dan *Instagram* sebagai alat untuk mempromosi dan memasarkan produk. Manakala berdasarkan laporan oleh Suffian ABakar di dalam Berita Harian [3] menyatakan bahawa perniagaan berasaskan digital atau secara dalam talian akan memberi kelebihan kepada sesebuah syarikat berbanding dengan pesaingnya yang lain. Ini kerana hampir 98 peratus warga Malaysia menggunakan perantara digital.

2.2 Kepentingan Media Sosial Facebook

Merujuk kepada Asyraf Farouq yang menulis di blognya, beliau menyatakan bahawa Facebook merupakan alat perantara untuk mendapatkan target pasaran perniagaan. Amat mudah sekiranya kita ingin menyebarkan tentang barangan terbaru atau membangunkan perniagaan. Contohnya, kita dapat memuat naikan gambar barangan yang hendak di jual di laman sosial Facebook kita ataupun membuat "fan page" untuk jualan barangan supaya mudah untuk pengguna Facebook mengikuti setiap aktiviti yang kita kongsi. Ini kerana Facebook dijadikan alat komunikasi tanpa henti kerana setiap saat pas ada ahli baru dalam ruangan rakan kita. Oleh itu ianya adalah sangat sesuai untuk dijadikan sebagai alat promosi di dalam perniagaan.

2.3 Kepentingan Media Sosial Instagram

Instagram dapat membantu membina kepercayaan dengan pelanggan yang berpotensi. Hal ini kerana dengan bantuan platform media sosial seperti Instagram, yang berupaya untuk mewujudkan sambungan emosi dengan penonton anda. Merujuk kepada Zaim Haziq yang merupakan pelajar tahun kedua Bachelour Reka Bentuk Perindustrian, beliau berkata bahawa dengan berkongsi pengalaman setiap hari syarikat itu dalam suasana tidak formal, anda boleh buat individu berasa lebih dekat kepada perniagaan anda. Instagram juga mempunyai 'likes' 'live' dan mudah untuk mencari maklumat.

2.4 Kepentingan Promosi

Promosi memainkan peranan yang penting di dalam memasarkan samada barangan atau perkhidmatan. Menurut Ismah Osman [4], promosi boleh didefinisikan sebagai komunikasi yang digunakan oleh pemasar bagi memberitahu, menggalak dan menyakinkan pembeli yang berpotensi supaya mencuba dan membeli produk atau perkhidmatan yang dipasarkan. Tujuan promosi dilakukan untuk memperkenalkan sesuatu keluaran dalam pasaran. Maklumat yang disampaikan semasa promosi dijalankan termasuklah ciri barangan, harga barangan, cara penggunaan, dan kelebihan barangan berkenaan untuk menarik perhatian orang ramai.

Selain itu, promosi juga boleh digunakan dengan cara berkongsi gambar perubahan pelanggan sebelum serta selepas merasai perkhidmatan bekam melalui Facebook, Instagram. Dengan cara ini, pelanggan akan mendapat informasi kebaikan bekam dari Facebook atau Instagram dan ingin mencuba. Selain itu, kami akan bertanya pelanggan syarikat itu beberapa soalan ringkas berkaitan dengan kadar dan kepuasan perkhidmatan syarikat bekam. Manakala merujuk kepada kajian Jamaluddin Bahari (2015), antara perkara penting

untuk mengenali produk yang ingin dipromosikan di Facebook dan Instagram ialah pengkaji mestilah mengetahui tentang pasaran produk yang ingin dipasarkan.

3.0 METODOLOGI

Dalam kajian ini, pengkaji menggunakan borang soal selidik dan temuduga untuk mendapatkan data atau maklumat. Kajian ini adalah kajian yang berbentuk kuantitatif dan kualitatif. Kajian

kuantitatif akan dijalankan menggunakan kaedah tinjauan dan borang soal selidik akan digunakan bagi mengumpulkan data syarikat tersebut. Borang soal selidik merupakan salah satu kaedah yang mudah dan cepat untuk mendapatkan data. Kaedah kualitatif pula, pengkaji akan mengumpulkan data menggunakan kaedah temubual.

Borang soal selidik merupakan satu set satu soalan yang dibentuk secara khusus untuk mengumpul maklumat bagi tujuan menjawab persoalan kajian. Melalui borang soal selidik ini, responden akan memberi maklumbalas dengan menggunakan skala yang diberikan. Individu yang membina borang soal selidik ini perlulah berpengetahuan luas agar soalan yang dibina adalah wajar, boleh dipercayai dan tidak dipengaruhi emosi. Menurut Gillham [5], terdapat beberapa sebab mengapa borang soal selidik menjadi pilihan kebanyakan pengkaji. Di antaranya ialah kos membina borang selidik yang murah dan masa yang diperuntukkan singkat. Pengkaji boleh memperolehi data atau maklumat dari jumlah responden yang lebih ramai dan cepat.

Temu bual didefinisikan sebagai perbualan dua hala yang bertujuan untuk mengumpul maklumat kajian. Temu bual merupakan interaksi bersemuka antara penemu bual atau penyelidik dengan responden. Menurut Denzin (2001), temu bual harus digunakan lebih daripada hanya sebagai alat pengumpulan maklumat; temu bual perlu bersifat reflektif dan dapat mencerminkan kehidupan dan keadaan sebenar mengenai sesuatu fenomena. Manakala menurut Chua Yan Piaw [6], temubual dikategorikan kepada tiga jenis, iaitu temu bual berstruktur, temu bual semi struktur dan temu bual tidak berstruktur. Dalam projek kajian ini, pengkaji akan menjalankan temubual bersama dengan pemilik syarikat Bekam Enterprise dan para pelanggan yang menggunakan perkhidmatan di syarikat ini.

Responden dalam kajian ini adalah seramai 42 orang, iaitu terdiri dari pelanggan yang mengunjungi Syarikat Bekam Enterprise. Borang soal selidik telah diedarkan oleh penyelidik dan bantuan pemilik Syarikat Bekam Enterprise.

Bagi menganalisis dengan lebih terperinci masalah syarikat, pengkaji akan menggunakan analisis SWOT.

Analisis ini akan dapat mengenalpasti kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang dihadapi oleh syarikat. SWOT berasal dari perkataan S (*Strength*), W (*Weakness*), O (*Opportunities*) dan T (*Threats*). Analisis SWOT ini adalah salah satu alat perancangan strategik yang digunakan oleh sesebuah syarikat bagi mengesan kekuatan dan kelemahan yang terdiri dari faktor dalaman syarikat di samping faktor luaran iaitu peluang dan ancaman Berikut adalah analisis SWOT bagi syarikat Bekam Enterprise.

- a) **Kekuatan (*Strength*)**
 - i. Satu-satunya pusat rawatan bekam di Bagan Serai dan pesaing berada jauh daripada lokasi perniagaan.
 - ii. Syarikat ini mempunyai pekerja yang berkemahiran tinggi.
 - iii. Pemilik merupakan bekas pelajar perubatan dan mempunyai pengalaman 10 tahun dalam bidang rawatan bekam.
 - iv. Mempunyai peralatan yang moden dan menggunakan peralatan pakai buang bagi menjamin kebersihan dan keselamatan pengguna.
- b) **Kelemahan (*Weakness*)**
 - i. Menggunakan kaedah pemasaran tradisional dalam membuat promosi.
 - ii. Tidak mempunyai kepakaran mengendalikan promosi dengan menggunakan media sosial seperti facebook dan instagram
 - iii. Hanya bergantung dengan pelanggan di kawasan sekitar
- c) **Peluang (*Opportunities*)**
 - i. Pemasaran melalui media sosial seperti *Instagram* dan *Facebook*.
 - ii. Pemasaran tular di media sosial.
- d) **Ancaman (*Threats*)**
 - i. Remaja setempat kurang gemar dengan rawatan tradisional.
 - ii. Pesaing melakukan khidmat bekam dari rumah ke rumah.
 - iii. Maklumat palsu tentang bekam di media sosial

4.0 ANALISIS DAPATAN KAJIAN

Jumlah keseluruhan responden di dalam kajian ini adalah sebanyak 42 orang, terdiri daripada 61.9 peratus, lelaki dan 38.1 peratus, perempuan. Dari segi umur, sebanyak 50% adalah berumur 40 tahun dan ke atas. Sebanyak 48.8 peratus terdiri dari mereka yang bekerja sendiri, 29.3 peratus pekerja swasta dan 22 peratus pekerja kerajaan.

Analisis bagi menentukan tahap keberkesanan penggunaan media sosial *Facebook* dan *Instagram* dan kepuasan pelanggan terhadap perkhidmatan di Bekam Enterprise ditentukan berdasarkan tafsiran skor min yang diadaptasi daripada Riduwan [7], seperti di dalam jadual 1 di bawah.

Jadual 1: Tafsiran Skor Min

Skor Min	Tafsiran Min
1.00 – 1.50	Sangat Rendah
1.51 – 2.50	Rendah
2.51 – 3.50	Sederhana
3.51 – 4.00	Tinggi

4.1 Penghasilan Media Sosial *Facebook* dan *Instagram*

Dalam kajian ini, *Facebook* dan *Instagram* bagi Bekam Enterprise telah berjaya dibangunkan dengan nama Bekam Enterprise di kedua-dua *Facebook* dan *Instagram* dan telah Berjaya mempunyai pengikut sebanyak 519 orang di *Instagram* dan 248 orang di *Facebook*. Melalui jumlah pengikut yang ramai ini, Bekam Enterprise dapat membuat promosi ke atas perkhidmatan yang ditawarkan dengan lebih mudah dan seterusnya dapat meningkatkan lagi bilangan pelanggannya di masa akan datang.

Menurut Hazlin Falina Rosli, Wan Amizah Wan Mahmud & Maizatul Haizan Mahbob [8], media massa adalah alat atau instrumen terpenting yang digunakan untuk menyampaikan maklumat, membina persepsi dan tanggapan, dan membentuk sikap masyarakat tentang maklumat yang disampaikan.

4.2 Menghasilkan garis panduan penggunaan *Facebook* dan *Instagram*.

Selain membangunkan platform *Facebook* dan *Instagram*, Garis Panduan Penggunaan *Facebook* dan *Instagram* juga turut dihasilkan untuk membantu pengusaha Bekam Enterprise untuk mengoperasikan media sosial ini dengan lebih baik selepas ini. Ini kerana selepas kajian ini berakhir, segala pengurusan media sosial akan dilakukan oleh pemilik Bekam Enterprise. Garis panduan yang dibangunkan ini diharap dapat dijadikan rujukan dan panduan kepada pemilik Bekam Enterprise untuk menjalankan pengemaskinian maklumat berkaitan syarikat dan membuat promosi syarikat. Panduan asas seperti cara mengemaskini status, cara memuat naik gambar atau video, cara menjawab soalan yang ditanya oleh pelanggan dan sebagainya. Ini kerana pemilik Bekam Enterprise sebelum ini mempunyai

kurang kemahiran untuk mengendalikan *Facebook* dan *Instagram* dengan baik.

Berdasarkan kepada temubual yang dijalankan bersama dengan pemilik Bekam Enterprise, beliau berpuas hati dengan garis panduan yang dibangunkan dan beliau juga memahami langkah-langkah yang telah digariskan di dalam panduan tersebut.

4.3 Mengenalpasti Keberkesanan Penggunaan Media Sosial *Facebook* dan *Instagram* Di Bekam Enterprise

Jadual 2: Analisa Keberkesanan Penggunaan Media Sosial *Facebook* dan *Instagram*

Bil	Soalan	Min Skor
1	Paparan <i>Facebook</i> atau <i>Instagram</i> Bekam Enterprise adalah menarik	3.02
2	Maklumat yang terdapat dalam <i>Facebook</i> atau <i>Instagram</i> Bekam Enterprise menarik minat saya untuk menggunakan rawatan bekam	3.02
3	<i>Facebook</i> atau <i>Instagram</i> Bekam Enterprise mengandungi maklumat yang lengkap tentang rawatan bekam	3.02
4	<i>Facebook</i> atau <i>Instagram</i> Bekam Enterprise mengandungi maklumat waktu operasi.	3.02
5	<i>Facebook</i> atau <i>Instagram</i> membantu saya untuk mencari lokasi Bekam Enterprise	3.02

Jadual 1 di atas menunjukkan peratus maklumbalas responden terhadap platform media sosial, *Facebook* dan *Instagram* yang telah dibangunkan untuk Bekam Enterprise. Secara keseluruhannya responden memberikan jawapan yang sangat positif di mana mereka berpuas hati dengan paparan *Facebook* atau *Instagram* dan maklumat-maklumat seperti waktu operasi dan lokasi yang terdapat dalam *Facebook* atau *Instagram* Bekam Enterprise. Min skor yang diperolehi adalah sebanyak 3.02 iaitu berada pada kepuasan tahap sederhana.

4.4 Mengenalpasti Kepuasan Pelanggan terhadap Perkhidmatam Di Bekam Enterprise

Jadual 3: Analisa Kepuasan Pelanggan terhadap Perkhidmatan

Bil	Soalan	Min Skor
1	Saya berpuas hati dengan layanan mesra yang diberikan	3.14
2	Petugas mempunyai kemahiran yang tinggi dalam rawatan bekam	3.07
3	Saya yakin dengan keselamatan peralatan yang digunakan semasa rawatan	3.12
4	Saya yakin dengan kemampuan <u>petugas membuat rawatan bekam</u>	3.09

Jadual 3 di atas adalah berkaitan dengan maklumbalas pelanggan terhadap perkhidmatan di Bekam Enterprise. Kebanyakan responden berpuas hati dengan perkhidmatan yang diberikan oleh pekerja di Bekam Enterprise dengan min skor sebanyak 3.14 iaitu pada tahap sederhana. Responden juga berpuas hati dengan kemahiran petugas di Bekam Enterprise dengan min skor 3.07 juga pada tahap sederhana. Dari aspek keselamatan pula, responden juga yakin dengan keselamatan peralatan yang digunakan semasa rawatan dengan min skor 3.12 dan responden juga turut yakin dengan kemampuan petugas dalam membuat rawatan bekam dengan min skor 3.09, iaitu pada tahap sederhana.

5.0 KESIMPULAN

Berdasarkan kepada analisis berkaitan dengan kekuatan dan kelemahan syarikat yang telah dijalankan, menunjukkan bahawa syarikat Bekam Enterprise mempunyai kelebihan atau kekuatan dalaman yang tinggi. Ini kerana syarikat mempunyai kelebihan dari segi pengalaman dan kemahiran yang tinggi dalam rawatan bekam. Selain itu syarikat ini juga mempunyai peralatan bekam yang moden dan terkini. Faktor ini sedikit sebanyak dapat menarik minat pelanggan untuk datang menggunakan perkhidmatannya. Teknik rawatan yang pelbagai juga memberi kelebihan kepada syarikat untuk berkembang maju di masa hadapan. Ini kerana selain menjalankan rawatan bekam untuk tujuan merawat penyakit, Bekam Enterprise juga turut mempunyai kepakaran dan teknologi dalam membuat rawatan bekam untuk tujuan rawatan kecantikan.

Jika rawatan bekam sebelum ini lebih diminati oleh segelintir pengguna sahaja, iaitu kebanyakannya dari kalangan warga tua, namun perkembangan rawatan bekam dalam bidang kecantikan terutama dalam merawat kulit wajah dari masalah jerawat, resdung telah membuka peluang yang lebih luas

kepada pengusaha untuk memperkenalkan rawatan ini kepada golongan muda. Peluang ini sedikit sebanyak dapat meningkatkan pelanggan bekam di masa akan datang.

Berdasarkan kepada situasi ini, *Facebook* dan *Instagram* dilihat sebagai salah satu media sosial yang paling berkesan untuk digunakan sebagai *platform* kepada syarikat untuk menjalankan masyarakat tanpa mengira umur dan latarbelakang mempunyai akaun *Facebook* dan *Instagram*.

Di atas peluang ini, adalah langkah yang wajar jika Bekam Enterprise menggunakan *Facebook* dan *Instagram* di dalam mempromosikan perkhidmatan mereka kepada pengguna, bukan sahaja di kawasan sekitar tapi meliputi kawasan yang lebih luas. Diharapkan platform media sosial *Facebook* dan *Instagram* yang dibangunkan dapat memberi manfaat kepada syarikat Bekam Enterprise di masa hadapan.

promosi pekhidmatan yang syarikat tawarkan. Disamping tidak memerlukan kos yang tinggi, promosi dengan menggunakan *Facebook* dan *Instagram* juga merupakan kaedah yang paling berkesan kerana mempunyai pengguna yang ramai seiring dengan perkembangan teknologi komunikasi di negara ini. Di mana hampir semua lapisan

<https://people.utm.my/mshahrulnizam/2017/09/1/apakah-yang-dimaksudkan-dengan-kajian-soal-selidik/>

6.0 RUJUKAN

- [1] Adnan Jahaya (2004), *Bekam Menggunakan Tanduk Masih Warnai Amalan Perubatan Melayu*
http://myrepositori.pnm.gov.my/xmlui/bitstream/handle/123456789/1500/JWIK_2004_Bil16_5.pdf?sequence=1&isAllowed=y Chua Yan Piaw (2014), Jenis Temubual: *Kaedah dan Statistik Penyelidikan: Kaedah Penyelidikan Universiti Malaya Kuala Lumpur: www.researchgate.net*
- [2] Mohd Zaky Zainuddin (2018). Pengguna media sosial dalam perniagaan: *Manfaat laman sosial kembang perniagaan Malaysia: Laman Akhbar Berita Harian*
- [3] Suffian A Bakar (2015), Kepentingan media sosial: Perniagaan berasaskan digital lebih berdaya saing
- [4] Ismah Osman (2011), kepentingan promosi: *Campuran Pemasaran Ahmad Nabil: https://www.academia.edu*
- [5] Gillham (2000), *Kajian Soal Selidik: Contoh dan Penerangan*
- [6] Chua Yan Piaw (2014), *Kaedah Penyelidikan* (Edisi ke-3) Malaysia: McGraw-Hill Education (Malaysia) Sdn. Bhd.
- [7] Riduwan (2012), *Skala Pengukuran Variable-variable: Penelitian, Alfabeta*, Bandung
- [8] Hazlin Falina Rosli, Wan Amizah Wan Mahmud & Maizatul Haizan : *Jurnal Komunikasi Malaysian* (Journal of Communication) Jilid 32 (2) 2016:471- 488 Mahbob (Universiti Kebangsaan Malaysia)

