

KAJIAN KEPUASAN PELANGGAN MENGENAI PERKHIDMATAN/PROGRAM/ PRODUK KEMENTERIAN WILAYAH PERSEKUTUAN 2017

Objektif utama kajian ini dibuat adalah untuk mengukur tahap kepuasan orang awam terhadap perkhidmatan, program dan produk yang disediakan oleh Kementerian Wilayah Persekutuan (KWP). Seramai 2,572 responden di Wilayah Persekutuan Kuala Lumpur, Putrajaya dan Labuan telah menjawab soalan-soalan yang dikemukakan melibatkan tiga (3) bahagian utama iaitu Bahagian A – Profil Pelanggan, Bahagian B – program dan perkhidmatan dari Sektor Pengurusan dan Sosio Ekonomi dan program dan perkhidmatan dari Bahagian C - Sektor Perancangan dan Pembangunan. Jumlah responden yang menyertai kajian adalah seramai 2,572 orang.

ANALISIS BORANG KAJIAN KEPUASAN PELANGGAN

Soalan Bahagian A (Profil Pelanggan)

No.	Bahagian A		
S1	Pekerjaan	Sektor Awam	1,079 (41.95%)
		Sektor Swasta	518 (20.13%)
		Pelajar	506 (19.67%)
		Bekerja sendiri	331 (12.86%)
		Lain-lain	138 (5.36%)

S2	Jantina	Lelaki	1,187 (46.15%)
		Perempuan	1,385 (53.85%)
S3	Umur	Bawah 20	481 (18.70%)
		20-30	450 (17.49%)
		31-40	846 (32.89%)
		41-50	458 (17.81%)
		50 ke atas	340 (13.22%)

No.	Bhgn A	Media Cetak	Media Elektronik	Laman Web	Panggilan Telefon	Media Sosial	Keluarga/ Kenalan/ Komuniti
S4	Sumber maklumat mengenai KWP	677 26.32%	677 26.32%	955 37.13%	196 7.62%	792 30.79%	556 21.62%

No.	Bahagian A	Ya	Tidak
S5	Maklumat dan program-program boleh diperolehi dengan cepat dan mudah melalui laman web rasmi KWP (www.kwp.gov.my), Facebook, Instagram & Twitter Kementerian Wilayah Persekutuan.	2,448 95.18%	124 4.82%

Profil responden yang diperoleh melibatkan 736 warga WP Kuala Lumpur, 1,293 warga WP Putrajaya, 152 warga WP Labuan serta 391 responden melalui laman web KWP. Seramai 1,385 (53.85%) adalah perempuan dan 1,187 (46.15%) responden adalah lelaki.

Seramai 846 (32.9%) dari kalangan usia 31-40 tahun merupakan responden tertinggi. Diikuti pula dengan kelompok usia di bawah 20 dan di antara 20-30 tahun masing-masing mewakili 481 (18.70%) dan 450 (17.49%). Kesemua responden ini mewakili golongan belia dan pelajar di Wilayah Persekutuan. Manakala bagi kelompok umur 41-50 tahun adalah seramai 458 (17.81%) dan umur 50 tahun ke atas pula seramai 340 (13.22%).

Dari aspek pekerjaan pula, responden paling tinggi adalah bekerja di sektor awam iaitu 1,079 (41.95%) diikuti dari sektor swasta seramai 518 responden (20.13%). Kategori pelajar pula adalah 506 responden (19.67%), 331 responden (12.86%) yang berkerja sendiri dan 138 responden (5.36%) adalah dari kalangan pesara, suri rumah dan ahli pertubuhan bukan kerajaan (NGO).

Seramai 2,448 responden (95.18%) bersetuju maklumat program dan info mengenai KWP dari sumber media sosial seperti *facebook*, *twitter*, *youtube*, *instagram* dan laman web KWP boleh diperolehi dengan cepat dan mudah. Manakala hanya 124 responden (4.82%) sahaja tidak bersetuju dengan pernyataan ini. Ini menunjukkan trend terkini menggunakan media baharu dan laman web amat relevan digunakan sebagai medium komunikasi utama dalam menyampaikan maklumat kepada bukan sahaja golongan belia atau generasi Y malah generasi X dan *baby boomers* turut menggunakan medium ini bagi mendapatkan maklumat sah dan pantas di hujung jari sesuai dengan kecanggihan teknologi masa kini.

Rumusan aspek profil pelanggan bagi kajian kepuasan pelanggan KWP 2017 jelas menunjukkan responden yang tinggi adalah daripada golongan belia iaitu keluarga muda yang baru bekerjaya dan sedang membina keluarga (M40). Rata-rata responden adalah penjawat awam, bekerja dalam sektor swasta dan juga berniaga

sendiri. Dapatan kajian ini adalah pandangan sama rata responden dari segi mengikut gender.

**Soalan dan Hasil Kajian Bahagian B
(Tahap Penilaian Pelanggan Terhadap Perkhidmatan KWP –
Sektor Pengurusan & Sosio Ekonomi KWP)**

No.	Bahagian B	Ya	Tidak
S1	Program Rumah Mampu Milik (RUMAWIP) membolehkan anda untuk memiliki rumah sendiri dengan hanya RM 300,000 ke bawah.	2,274 88.41%	298 11.59%
S2	Adakah anda berpuas hati dengan Program Bas Sekolah Percuma kepada penduduk PPRMTEN/PA DBKL.	2,380 92.53%	192 7.47%
S3	Adakah anda membeli makanan dan minuman pada harga yang rendah dari <i>food truck</i> ?	1,910 74.26%	662 25.74%
S4	Adakah anda berminat untuk memiliki Kad Ceria yang dapat membantu mengurangkan kos sara hidup warga Wilayah Persekutuan?	2,413 93.82%	159 6.18%
S5	Program-program bersama Majlis Perwakilan Penduduk (MPP) Wilayah Persekutuan memberikan manfaat kepada anda?	2,367 92.03%	205 7.9%

Maklum balas daripada responden mewakili warga Wilayah Persekutuan berkaitan produk, program dan inisiatif berkaitan sosio ekonomi adalah positif di mana 88.21% (11,344 responden) telah bersetuju serta mengetahui mengenai produk, program dan inisiatif yang dijalankan oleh KWP dapat memberi manfaat kepada masyarakat.

Lima (5) soalan yang dikemukakan dalam bahagian ini iaitu program RUMAWIP, program bas sekolah percuma, program *food truck*, program Kad Ceria dan juga program MPP.

Daripada 5 program tersebut, program Kad Ceria memperoleh skor tertinggi dengan 93.82% (2,413 responden) berminat untuk mendapatkan Kad Ceria yang dapat membantu mereka mengurangkan kos sara hidup warga Wilayah Persekutuan dan hanya 6.18% (159 responden) sahaja yang tidak bersetuju dengan pernyataan tersebut. Warga Wilayah Persekutuan sememangnya teruja untuk mendapatkan Kad Ceria yang merupakan kad diskaun untuk mereka membeli belah barangan keperluan harian. Sehingga kini hampir 7,000 premis perniagaan di sekitar WP KL, Putrajaya dan Labuan menjadi rakan dagang dan bekerjasama dengan KWP.

Program Bas Sekolah Percuma yang disediakan kepada penduduk PPRMTEN / PA DBKL juga berjaya mencuri hati warga Wilayah Persekutuan dalam membantu golongan miskin tegar dan miskin bandar mengurangkan kos sara hidup mereka dari aspek pengangkutan. Selain itu, program ini turut memberi semangat kepada anak-anak untuk ke sekolah dengan penyediaan bas sekolah yang selesa dan teratur. Ini dibuktikan dengan seramai 2,380 responden (92.53%) bersetuju program ini memberi manfaat kepada rakyat dan hanya 192 (7.47%) sahaja yang tidak bersetuju.

Seramai 2,274 responden (88.41%) bersetuju program RUMAWIP dengan harga RM300,000.00 ke bawah membolehkan mereka membeli dan memiliki rumah di Wilayah Persekutuan. Ini jelas menunjukkan golongan belia atau keluarga muda (M40) mengetahui mengenai program RUMAWIP yang dilaksanakan oleh KWP dan berminat untuk memiliki rumah tersebut. Walau bagaimanapun, 298 responden (11.59%) tidak bersetuju dengan kemampuan untuk memiliki rumah pada harga RM300,000 ke bawah. Jika dilihat melalui permohonan RUMAWIP yang diterima juga, majoriti pemohon adalah dalam kalangan mereka yang berpendapatan isi rumah di antara RM10,000 ke RM15,000.

Kenaikan harga jualan rumah yang tinggi terutamanya di Wilayah Persekutuan telah mendorong KWP merangka strategi bagi membantu golongan berpendapatan sederhana untuk memiliki kediaman sendiri. Bermula dari tahun 2013, KWP telah mengambil inisiatif dengan memperkenalkan dasar Program Rumah Mampu Milik (RUMAWIP) sebagai pelengkap kepada pelaksanaan Dasar Perumahan Negara yang bermatlamat untuk menyediakan perumahan yang mencukupi, selesa, berkualiti dan

mampu dimiliki bagi meningkatkan kemampanan hidup rakyat khususnya di Wilayah Persekutuan Kuala Lumpur, Putrajaya dan Labuan.

Walau bagaimanapun, masih terdapat sebahagian daripada golongan M40 ini yang masih tidak mampu memiliki rumah disebabkan belunggu hutang yang ditinggi seperti hutang pendidikan, hutang pinjaman peribadi, hutang kenderaan dan kos menyara keluarga. KWP boleh mengambil inisiatif untuk mengkaji bentuk sokongan/program/inisiatif yang bersesuaian bagi membantu golongan ini khususnya di WP Kuala Lumpur dan WP Putrajaya.

Selain itu, program-program yang dilaksanakan melalui Majlis Perwakilan Penduduk (MPP) di ketiga-tiga Wilayah Persekutuan juga dilihat memberi impak yang positif kepada masyarakat di mana seramai 2,367 responden (92.03%) bersetuju program-program yang dilaksanakan oleh MPP memberi manfaat kepada mereka. Walau bagaimanapun, 205 responden (7.9%) tidak bersetuju dengan pernyataan tersebut.

Antara program yang dilaksanakan oleh MPP bersama masyarakat setempat adalah seperti aktiviti gotong royong, program derma darah, kem-kem motivasi kepada anak-anak, menganjurkan lawatan ilmiah dan juga penganjuran kursus-kursus kemahiran kepada penduduk setempat. Pelaksanaan program-program ini berjaya dilaksanakan oleh jawatankuasa MPP melalui suntikan dana daripada Kementerian. MPP yang dilantik membantu pihak Kementerian untuk menjadi mata dan telinga kepada kementerian untuk mengetahui permasalahan di akar umbi seterusnya melalui maklumat yang diterima dapat merangka program-program yang bersesuaian untuk membantu rakyat.

Walaupun program yang dilaksanakan oleh MPP ini dilihat mendapat reaksi yang positif daripada responden, masih terdapat kelompok masyarakat yang tidak mengetahui mengenai perwujudan MPP di kawasan kediaman mereka menyebabkan kelompok ini tertinggal dari mengetahui akan pelaksanaan program yang dijalankan. Oleh itu, MPP yang dilantik perlu lebih turun padang mendekati dan menyelami permasalahan penduduk di kawasan setempat dan memaklumkan kepada Kementerian untuk mencari kaedah penyelesaian yang bersesuaian. Malah program-program yang hendak dilaksanakan oleh MPP juga perlu disusun lebih awal bagi memudahkan menyusun strategi komunikasi bagi hebahan kepada penduduk/masyarakat.

Pelaksanaan program transformasi peniaga kecil dan penjaja tepi jalan kepada perniagaan berasaskan *food truck* mendapat maklumbalas yang positif daripada masyarakat. Program *food truck* yang diperkenalkan ini bukan sahaja dapat meningkatkan imej para peniaga tepi jalan malah membantu menjana pendapatan golongan belia kerana rata-rata peniaga yang menceburi bidang perniagaan *food truck* ini adalah dari golongan tersebut. Mereka berjaya mencipta pelbagai resepi menarik

dari dalam dan luar negara untuk dijual melalui food truck. Makanan dan minuman yang telah divariasikan atau disebut sebagai “hipster” ini sangat menarik minat warga Wilayah Persekutuan tidak mengira usia untuk mencuba dan menikmati makanan yang dijual.

Kreativiti anak-anak muda ini sangat terserlah melalui program yang diperkenalkan ini di mana menyediakan sajian bertaraf lima bintang ditawarkan pada kadar separuh harga dari premis restoran bertaraf lima bintang. Oleh itu, seramai 1,910 responden (74.26%) bersetuju makanan dan minuman yang dijual di *food truck* adalah rendah manakala seramai 662 responden (25.74%) tidak bersetuju dengan pernyataan tersebut. Oleh itu, promosi dan publisiti mengenai program *food truck* sebagai *streetscape* kepada penjaja jalanan serta menyediakan makanan dan minuman yang berkualiti pada harga yang munasabah perlu diteruskan. Selain itu, KWP dan agensi perlu turut turun padang memantau kadar harga yang diletakkan oleh para peniaga *food truck* ini sesuai dengan kuantiti dan kualiti makanan yang dijual.

Rumusan keseluruhan bagi program/perkhidmatan yang dilaksanakan dalam Sektor Sosio Ekonomi ini dilihat sangat menyentuh hati rakyat khususnya kepada golongan belia (M40). Malah mereka juga turut memahami dan menikmati manfaat daripada inisiatif yang diambil oleh Kementerian. Untuk itu, program-program ini boleh diteruskan dan ditambah baik lagi serta disuntik elemen promosi dan publisiti bagi menyokong dan menyebarkan kejayaan dan keberkesanan program/perkhidmatan yang dilaksanakan.

Soalan dan Hasil Kajian Bahagian C
(Tahap Penilaian Pelanggan Terhadap Perkhidmatan KWP –
Sektor Perancangan dan Pembangunan)

No.	Bahagian C	Ya	Tidak
S1	Adakah Pembinaan Pusat Transit Gelandangan Dan Pusat Khidmat Medan Tuanku dapat membantu meningkatkan taraf hidup gelandangan di Wilayah Persekutuan?	2, 420 94.09%	152 5.91%
S2	Adakah Banteras Aktiviti Haram (OPS BAH) berjaya mengurangkan kadar jenayah di Wilayah Persekutuan?	2, 322 90.28%	250 9.72%

S3	Adakah anda bersetuju dengan penggunaan produk biodegradasi bagi menggantikan polistirena dan beg plastik demi kepentingan kesihatan dan alam sekitar?	2, 475 96.23%	97 3.77%
-----------	--	------------------	-------------

Bagi sektor perancangan dan pembangunan pula, sebanyak tiga (3) soalan yang dikemukakan bagi mendapatkan reaksi warga Wilayah Persekutuan mengenai program/perkhidmatan sosial melalui pembinaan Pusat Transit Gelandangan bagi membantu golongan gelandangan di Kuala Lumpur mendapat tempat perlindungan yang selesa, melaksanakan OPS BAH bagi menangani masalah sosial dan juga pelaksanaan penggunaan produk biodegradasi di Wilayah Persekutuan bagi membantu meningkatkan tahap kesihatan manusia serta menjaga dan memelihara alam sekitar.

Daripada ketiga-tiga program/perkhidmatan yang dibuat, pelaksanaan penggunaan produk biodegradasi di Wilayah Persekutuan adalah yang paling mendapat sokongan daripada rakyat di mana 2,475 responden (96.23%) bersetuju pelaksanaan program ini adalah penting demi menjaga kesihatan manusia dan alam sekitar. Hanya 97 responden (3.77%) sahaja yang tidak bersetuju. Ini menunjukkan tahap kesedaran masyarakat terhadap pentingnya pemeliharaan alam sekitar semakin meningkat dan seterusnya melestarikan alam bagi generasi akan datang.

Pelaksanaan penggunaan produk biodegradasi di Wilayah Persekutuan telah dilancarkan pada 3 Jun 2016 di Pasar Raja Bot, Kuala Lumpur. Pelaksanaan dasar ini adalah bertitik tolak daripada penemuan kajian yang dijalankan oleh Universiti Kebangsaan Malaysia (UKM) yang mendapati haba yang dihasilkan oleh makanan yang disimpan di dalam bekas plastik dan polistirena boleh menghasilkan bahan kimia yang memudaratkan kesihatan. Dari segi alam sekitar, data yang diperolehi dari Jabatan Pengurusan Sisa Pepejal Negara dan Bioeconomy Corporation mendapati sisa plastik merupakan penyumbang utama kepada jumlah pelupusan sisa pepejal iaitu 21% daripada 2,096.71 tan sehari.

Walau bagaimanapun, inisiatif yang dilaksanakan ini masih mendapat kritikan daripada pihak peniaga yang melihat inisiatif ini sebagai membebankan dan menyusahkan pihak mereka. Oleh itu, KWP perlu mencari opsyen untuk menangani isu yang dibangkitkan oleh pihak peniaga bagi menjayakan usaha ini sepenuhnya.

Selain itu, bagi menangani masalah golongan gelandangan khususnya di Kuala Lumpur, KWP telah mengambil langkah proaktif dengan mewujudkan dua kemudahan iaitu Pusat Khidmat Gelandangan di Medan Tunku dan Pusat Transit Gelandangan di Jalan Pahang. Pusat Khidmat Gelandangan di Medan Tunku telah dibina sebagai satu pusat sehentian NGO untuk pengedaran makanan kepada gelandangan. Melalui pembinaan pusat ini dapat menyelesaikan masalah kebersihan semasa edaran makanan di buat. Manakala, Pusat Transit Gelandangan pula dibina bagi membolehkan golongan gelandangan dapat tempat penginapan untuk tempoh 2 minggu serta mendapat kemudahan lain seperti saringan kesihatan, sesi kaunseling, penjadohan pekerjaan. Ini merupakan inisiatif Tanggungjawab Sosial Korporat KWP bersama Dewan Bandaraya Kuala Lumpur (DBKL) dan Malaysian Resources Corporation Berhad (MRCB).

Inisiatif yang dibuat oleh KWP ini telah mendapat reaksi positif daripada responden di mana 2420 responden (94.09%) telah bersetuju bahawa kedua-dua kemudahan ini dapat membantu untuk meningkatkan taraf hidup gelandangan di Wilayah Persekutuan. Hanya 152 responden (5.91%) sahaja yang tidak bersetuju.

Walaupun usaha ini telah diambil oleh KWP, namun kebanyakan golongan ini di sekitar ibu kota masih berleluasa. Malah golongan ini seperti tidak mengendahkan usaha yang dibuat bagi membantu mereka. Oleh itu, KWP disarankan untuk bekerjasama dengan agensi kerajaan yang lain dalam membantu golongan gelandangan ini menempatkan diri semula di dalam masyarakat dan seterusnya berdikari. Program Pemantapan Jatidiri Gelandangan adalah salah satu program yang amat baik untuk diteruskan bagi memberi semangat semula kepada golongan ini. Oleh itu, usaha bersepadu amatlah penting bagi menjadikan Kuala Lumpur bebas gelandangan pada masa akan datang.

Pada Julai 2009, kerajaan telah memperkenalkan Enam Teras Bidang Keberhasilan Utama Negara (NKRA) di mana salah satu daripadanya adalah untuk mengurangkan kadar jenayah. Bagi menyahut seruan Kerajaan, KWP telah mewujudkan satu *task force* membanteras aktiviti haram di Wilayah Persekutuan (OPS BAH) dengan menjalinkan kerjasama strategik bersama 27 buah agensi kerajaan dan 18 buah NGO.

Usaha yang dilaksanakan oleh KWP juga telah mendapat reaksi positif daripada rakyat apabila 2,322 responden (90.28%) bersetuju bahawa pelaksanaan OPS BAH ini berjaya mengurangkan kadar jenayah di Wilayah Persekutuan khususnya di Kuala Lumpur. Malah setelah beberapa siri OPS BAH dilaksanakan yang mendapat liputan meluas dari media massa, Unit Pengurusan Aduan dan Khidmat Pelanggan mula mendapat aduan daripada orang awam yang memohon pihak KWP dan DBKL untuk membuat serbuan mengenai salah laku atau perniagaan haram yang berlaku di sekitar kawasan mereka.

Walaupun telah 40 siri OPS BAH dibuat, masalah gejala sosial di Wilayah Persekutuan khususnya di kawasan PPR MTEN/PA DBKL masih belum dapat dibersihkan sepenuhnya. Masalah penagih dadah, pelacur, sindiket penjualan dadah, perjudian haram masih terus berleluasa. Oleh itu, strategi baru perlu disusun bagi mencari kaedah terbaik dalam mengurangkan masalah sosial di Wilayah Persekutuan.

CADANGAN PENAMBAHBAIKAN PELAKSANAAN KAJIAN KEPUASAN PELANGGAN

KWP telah merangka beberapa cadangan penambahbaikan bagi pelaksanaan kajian kepuasan pelanggan tahun 2018. Cadangan yang dibuat ini adalah bagi meningkatkan jumlah reponden bagi pengumpulan data kaji selidik yang dibuat serta mendapatkan responden yang lebih mengkhusus kepada kumpulan sasaran KWP.

Selain itu, maklumat hasil kajian ini juga perlu dihebahkan kepada *stake holders* mengenai pandangan kumpulan sasaran terhadap program/perkhidmatan KWP supaya penambahbaikan terhadap inisiatif yang dibuat turut mengambil kira pandangan rakyat.

Antara cadangan yang akan dibuat pada tahun 2018 adalah seperti berikut:

1. Meluaskan capaian Borang Kajian Kepuasan Pelanggan dengan menggunakan Teknologi Komunikasi dan Maklumat (ICT)

Jika dilihat daripada demografi penduduk di Wilayah Persekutuan yang mencatatkan 69.09% adalah dalam kalangan umur bawah 40 tahun, penggunaan teknologi ICT amat relevan serta memudahkan capaian akses kepada pelanggan. Oleh itu, dicadangkan agar kajian kepuasan pelanggan 2018 dimuatnaik ke laman Facebook KWP dengan menggunakan kaedah *poll* (<https://apps.facebook.com/my-polls>). Kaedah ini dipilih sesuai dengan dapatan data pada tahun ini di mana 95.18% responden menjadikan laman web dan media sosial KWP sebagai sumber untuk mendapatkan maklumat.

Penggunaan peranti komunikasi seperti *tablet* dan telefon pintar juga merupakan satu lagi inisiatif KWP untuk mempelbagaikan saluran bagi mendapatkan maklum balas warga Wilayah Persekutuan. Penggunaan *tablet* ini dilihat mampu untuk meluaskan capaian orang ramai untuk memberi maklum balas, selain menggunakan borang kajian pelanggan secara manual sewaktu proses komunikasi bersemuka dijalankan. Ini dapat memudahkan kutipan data dibuat dan juga menarik minat golongan muda untuk menyertai kutipan data yang dibuat.

Selain itu, KWP juga ingin mendapatkan kutipan data dengan menggunakan *software* yang berkaitan dengan khidmat pelanggan yang biasanya digunakan oleh badan-badan korporat. Bagi mereliasasikan inisiatif ini, kerjasama daripada

Bahagian Pengurusan Maklumat (BPM) dalam mengenalpasti *software* yang bersesuaian dan mudah digunapakai amat diperlukan.

2. Edaran Borang Kajian Kepuasan Pelanggan

KWP akan mengedarkan Borang Kajian Kepuasan Pelanggan di semua Kaunter Bahagian Perumahan dan Pejabat Pengurus Zon DBKL serta Pusat Khidmat Masyarakat di 13 kawasan parlimen di Wilayah Persekutuan bagi mendapatkan maklum balas secara terus daripada kumpulan sasar Kementerian. Untuk tujuan ini, KWP akan bekerjasama dengan pihak DBKL dan semua Setiausaha Bahagian di parlimen bagi membantu menyelaraskan kutipan data melalui borang yang disediakan.

Bagi edaran borang di Wilayah Persekutuan Putrajaya, KWP akan menempatkan borang kajian ini di beberapa kawasan yang menjadi tumpuan seperti di Medan Selera Seri Teja di Presint 9, Kompleks Sukan Air Putrajaya, Presint 5 serta di surau-surau kawasan kejiranan. Bagi pelaksanaan ini, KWP akan bekerjasama dengan Bahagian Sosio Ekonomi dan juga Perbadanan Putrajaya.

3. Melaksanakan *Customer Service's Day*

KWP akan melaksanakan program *Customer Service's Day* di setiap Wilayah Persekutuan sebagai salah satu usaha mendekati rakyat melalui kaedah bersemuka. Program ini turut akan disertai oleh agensi mengikut wilayah yang berkenaan.

4. Penyertaan Pameran

KWP turut akan menyertai dalam mana-mana jemputan pameran yang bersesuaian sama ada dianjurkan oleh agensi kerajaan mahupun swasta sebagai saluran tambahan bagi mendekati warga Wilayah Persekutuan dan seterusnya membolehkan proses pengumpulan data dijalankan.

5. Hebahan melalui infografik dapatan kajian 2017

KWP juga akan menyediakan infografik dapatan kajian 2017 sebagai salah satu maklumat hebahan di media sosial dan laman web KWP. Bagi menjayakan usaha ini, khidmat Pereka dan Pegawai Media Sosial adalah diperlukan bagi menyediakan bahan infografik dan seterusnya menularkan bahan tersebut di media sosial dan juga laman web.