



KOMUNIKASI BERKESAN
DALAM PENJANAAN SUMBANGAN
#Anusha UiTM





“Helping a Billion people
to connect is amazing”

Mark Zuckerberg

Co-Founder of Facebook

connect and share with us

Email or Phone	
Password	
<input type="checkbox"/> Keep me logged in	Forgot your password?

Log In

It's free and always will be.

Biodata:

Nama: Baby Anusha Nur Mohamed Thaheer



Jawatan: Pensyarah Kanan, Program Perhubungan Awam, Fakulti Komunikasi dan Pengajian Media, Universiti Teknologi Mara (UiTM), Kampus Shah Alam Selangor

Bidang Kepakaran: Perhubungan Awam Antarabangsa, Publisiti dan Pengurusan Acara, Media Sosial dan Perhubungan Awam, Mass Media dan Masyarakat.

Pengalaman:

- 11 tahun berkhidmat dengan UiTM
- Penceramah - Protocol dan Pengurusan Majlis, UiTM(2017)
- Public Lecture –Digital Media in Public Relations, Universitas Indonesia, Bandung.(2018)

Google



1.0 Pengenalan

2.0 Endowment & Public Engagement Concept

3.0 Amalan Terbaik / Best Practice

4.0 Solusi



Mengapa masyarakat tidak mahu menyumbang?



Google Search

I'm Feeling Lucky



Mengapa masyarakat tidak mahu menyumbang?



- Masyarakat tidak faham mengenai mesej yang ingin disampaikan.
- Masyarakat tidak melihat kebaikan menyumbang.
- Masyarakat menganggap mesej yang disampaikan bukan kepada mereka.



Apakah strategi berkesan untuk menangani isu itu?



Google Search

I'm Feeling Lucky



Apakah strategi berkesan untuk menangani isu itu?





Apakah strategi berkesan untuk menangani isu itu?



- Masyarakat terbahagi kepada 3 kumpulan:
 - 1) Latent public
 - 2) Aware public
 - 3) Active public
- 3 aspek penting
 - Mengenal pasti masalah
 - Mengenal pasti halangan
 - Tahap penglibatan masyarakat



5

01



“Apa itu? Tak pernah
dengar pun. Saya tak pasti”
Alumni universiti

Google

Apa itu endowmen/wakaf?



Google Search

I'm Feeling Lucky