



**UNIVERSITI PUTRA MALAYSIA**

***IMPAK RANGSANGAN VISUAL PROVOKATIF DALAM FACEBOOK  
TERHADAP PERUBAHAN EMOSI INDIVIDU INTROVERT DAN  
EKSTROVERT***

**SITI RAMIZAH KHAIRUNNISA BT MOHD RADZI**

**FBMK 2016 82**



**IMPAK RANGSANGAN VISUAL PROVOKATIF DALAM FACEBOOK  
TERHADAP PERUBAHAN EMOSI INDIVIDU INTROVERT DAN  
EKSTROVERT**

Oleh

**SITI RAMIZAH KHAIRUNNISA BT MOHD RADZI**

**Tesis ini dikemukakan kepada Sekolah Pengajian Siswazah, Universiti Putra  
Malaysia, sebagai memenuhi keperluan untuk ijazah Master Sains**

**September 2016**

Semua bahan yang terkandung dalam tesis ini, termasuk teks tanpa had, logo, ikon, gambar dan semua karya seni yang lain, adalah bahan hak cipta Universiti Putra Malaysia kecuali dinyatakan sebaliknya. Penggunaan mana-mana bahan yang terkandung dalam tesis ini dibenarkan untuk tujuan bukan komersil daripada pemegang hak cipta. Penggunaan komersil bahan hanya boleh dibuat dengan kebenaran bertulis terdahulu yang nyata daripada Universiti Putra Malaysia.

Hak cipta © Universiti Putra Malaysia



Abstrak tesis yang dikemukakan kepada Senat Universiti Putra Malaysia sebagai memenuhi keperluan untuk ijazah Master Sains

## **IMPAK RANGSANGAN VISUAL PROVOKATIF DALAM FACEBOOK TERHADAP PERUBAHAN EMOSI INDIVIDU INTROVERT DAN EKSTROVERT**

Oleh

**SITI RAMIZAH KHAIRUNNISA BINTI MOHD RADZI**

**September 2016**

**Pengerusi: Jusang Bolong, PhD**  
**Fakulti: Bahasa Moden dan Komunikasi**

Komunikasi berperantaraan komputer (KpK) tidak hanya digunakan sebagai medan interaksi atas talian malahan juga individu turut menggunakan KpK sebagai medan pameran emosi. Bukan itu sahaja, individu gemar menonton visual yang dikongsi oleh pengguna lain kerana perkongsian visual digambarkan sebagai sebuah dokumentari mengenai suatu peristiwa yang bermakna.

Namun begitu, penggunaan laman sosial dikaitkan dengan personaliti yang berupaya menyembunyikan emosi masing-masing daripada pengetahuan pengguna yang lain. Dua personaliti dominan dalam bidang komunikasi adalah individu Introvert dan Ekstrovert. Laman sosial digunakan untuk tujuan interaksi namun perkongsian visual berbentuk provokatif oleh rakan-rakan dijangka mempengaruhi perubahan emosi mereka. Persoalannya, sejauh manakah pendedahan visual provokatif dalam laman sosial akan mempengaruhi perubahan emosi bagi individu Introvert dan Ekstrovert?

Kajian ini dijalankan secara atas talian dengan menggunakan rekabentuk eksperimen Kawalan Pascauji. Sebuah kumpulan Facebook 'Emosi dan EPQ' telah diwujudkan dan seramai 60 orang subjek (30 Introvert dan 30 Ekstrovert) terdiri daripada pelajar berusia 20-29 tahun yang dipilih menerusi pensampelan bertujuan. Ke semua subjek ditambahmasuk ke dalam kumpulan dan dirangsang dengan sebuah visual provokatif. Pengumpulan data adalah menggunakan borang soal selidik sebelum dan selepas. Data dianalisis dengan menggunakan statistik deskriptif (peratusan, purata dan sisihan piawai) dan ujian berpasangan Wilcoxon-Signed Rank Test.

Hasil kajian menunjukkan bahawa rangsangan visual provokatif dalam Facebook telah meninggalkan kesan yang berbeza terhadap perubahan emosi bagi individu Introvert dan Ekstrovert. Tiada perbezaan yang signifikan terhadap perubahan emosi individu

Introvert ( $Z=-1.170$ ,  $p=0.077$ ) namun perubahan emosi bagi individu Ekstrovert adalah signifikan ( $Z=-2.099$ ,  $p=0.036$ ) selepas menonton visual provokatif tersebut. Majoriti individu Introvert dan Ekstrovert berhadapan dengan perubahan emosi yang lebih stabil. Individu Ekstrovert pula merupakan personaliti yang aktif dalam memberikan respons mengenai visual provokatif yang ditonton.

Laman sosial seperti Facebook telah bertindak sebagai sebuah saluran yang membenarkan perkongsian pelbagai bahan rangsangan oleh rakan-rakan sehingga keadaan emosi mereka telah mempengaruhi interaksi sosial kedua-dua personaliti secara atas talian. Mesej yang terkandung dalam visual provokatif yang ditonton turut memainkan peranan dalam perubahan emosi individu Introvert dan Ekstrovert untuk menjadi lebih stabil atau tidak stabil.



Abstract of the thesis presented to the Senate of Universiti Putra Malaysia in fulfilment of the requirement for the degree of Master of Science

**IMPACT OF PROVOCATIVE VISUAL STIMULATION IN FACEBOOK  
TOWARDS EMOTIONAL CHANGES AMONG INTROVERT AND  
EXTROVERT**

By

**SITI RAMIZAH KHAIRUNNISA BINTI MOHD RADZI**

**September 2016**

**Chair: Jusang Bolong, PhD**

**Faculty: Modern Languages and Communication**

Computer-mediated communication (CMC) is not only used as a platform for online interaction, but also for emotional purposes. In CMC, users tend to like or watch visual that is shared by other users as video sharing because it is similar to the sharing of a documentary related meaningful event.

CMC is associated with personality that enables the users to hide their own emotions from the knowledge of other users. Two dominant personalities in the field of communication are known as Introvert and Extrovert. CMC is used for the purpose of interaction but provocative visual sharing in CMC is expected to affect the emotional changes in each personality. Therefore, the question is, to what extent does provocative visual exposure stimulate and affect the emotional changes among Introverts and Extroverts?

The study was conducted via online (online experiment) using Post-test Group Design. A Facebook group 'Emosi dan EPQ' was created and a total of 60 subjects (30 Introvert and 30 Extrovert) consisted of students aged between 20-29 years old were selected through purposive sampling. All subjects were added into groups and were requested to answer questionnaires before and after watching and stimulated by the the provocative visual. Data were analyzed using descriptive statistics (percentages, averages and standard deviation) and Wilcoxon-Signed Rank Test.

The results showed that provocative visual stimulation in Facebook left different effects on emotional changes in both personalities. There were insignificant changes in emotion for Introverts ( $Z = -1,170$ ,  $p = 0.077$ ) but, there were significant changes in emotion for Extroverts ( $Z = -2,099$ ,  $p = 0.036$ ) before and after watching the provocative visual stimulation. Majority Introverts and Extroverts became more stable in their emotion and Extroverts were actively giving comments regarding the visual..

Social networking sites like Facebook acts as a channel that allow users to share a variety of stimulation among other friends to watch or read until their current emotion affected the social interaction on both personalities. The message in the provocative visual also plays a role in emotional changes among Introverts and Extroverts to become more stable or vice versa.



## PENGHARGAAN

Segala puji bagi Allah, Tuhan Semesta Alam, selawat dan salam ke atas Nabi, Rasul, kaum keluarga dan para sahabatnya.

Alhamdulillah, dengan limpah rahmat dariNya, tesis ini telah berjaya disiapkan dengan sempurna. Sekalung ucapan terima kasih saya tujukan kepada jawatankuasa penyeliaan, Prof Madya Dr Jusang Bolong dan Prof Ezhar Tamam; atas nasihat dan sokongan, terima kasih atas ilmu dan idea-idea baru yang diberikan sepanjang proses kajian ini dijalankan.

Begitu juga pada teman-teman sepermainan sepengajian; Nik Fazli dan Miharaini, rakan-rakan Petronas Batu 5 dan Pekan Salak, yang teristimewa Rahmad Ramadhan Ridwan; terima kasih atas setiap masa dan kesempatan. Pada ummi Roslina; terima kasih atas semangat dan nasihat. InsyaAllah kalianlah sahabat dunia dan akhirat.

Dan yang teristimewa di hati, mama Roziah Ab Latif, dan papa Mohd Radzi Mohd Ramly, kalian adalah cinta hati yang tidak henti-henti memberikan semangat yang tidak berbelah bahagi dan menjadi teman gelak tawa di saat jatuh bangun anakmu ini. Pada abang Mohd Ramzi Ghaffari dan adik Muhd Rashid Ghaffari; kalian adalah duo yang menjadi 'radio dan tv' yang menghiburkan. Terima kasih atas segalanya.

Terima kasih atas kelahiran rasa hormat yang terlalu indah sepanjang pengajian ini. Hanya Allah S.WT jualah tempat saya memohon rahmat dan berkat atas tiap satu kebaikan yang telah kalian semua berikan.

Salam sayang,  
Siti Ramizah Khairunnisa Mohd Radzi.  
Eja.  
Mizah.



Saya mengesahkan bahawa satu Jawatankuasa Peperiksaan Tesis telah berjumpa pada 27 September 2016 untuk menjalankan peperiksaan akhir bagi Siti Ramizah Khairunnisa bt Mohd Radzi bagi menilai tesis beliau yang bertajuk “Impak Rangsangan Visual Provokatif dalam Facebook terhadap Perubahan Emosi Individu Introvert dan Ekstrovert” mengikut Akta Universiti dan Kolej Universiti 1971 dan Perlembagaan Universiti Putra Malaysia [P.U.(A) 106] 15 Mac 1998. Jawatankuasa tersebut telah memperakukan bahawa calon ini layak dianugerahi ijazah Master Sains

Ahli Jawatankuasa Peperiksaan Tesis adalah seperti berikut:

**Hamisah Zaharah bt Hassan, PhD**

Pensyarah  
Fakulti Bahasa Moden dan Komunikasi  
Universiti Putra Malaysia  
(Pengerusi)

**Nor Azura bt Adzharuddin, PhD**

Pensyarah  
Fakulti Bahasa Moden dan Komunikasi  
Universiti Putra Malaysia  
(Pemeriksa Dalam)

**Mohd Sobhi b Ishak, PhD**

Pensyarah  
School of Multimedia Technology and Communication  
College of Arts and Sciences  
Universiti Utara Malaysia  
Malaysia  
(Pemeriksa Luar)

---

**NOR AINI AB. SHUKOR, PhD**

Profesor dan Timbalan Dekan  
Sekolah Pengajian Siswazah  
Universiti Putra Malaysia

Tarikh: 22 November 2016

Tesis ini telah dikemukakan kepada Senat Universiti Putra Malaysia dan telah diterima sebagai memenuhi syarat keperluan untuk ijazah Master Sains. Ahli Jawatankuasa Penyeliaan adalah seperti yang berikut:

**Jusang Bolong, PhD**

Professor Madya  
Fakulti Bahasa Moden dan Komunikasi  
Universiti Putra Malaysia  
(Pengerusi)

**Ezhar Tamam, PhD**

Professor  
Fakulti Bahasa Moden dan Komunikasi  
Universiti Putra Malaysia  
(Ahli)

---

**NOR AINI AB. SHUKOR, PhD**

Profesor dan Timbalan Dekan  
Sekolah Pengajian Siswazah  
Universiti Putra Malaysia

Tarikh: 22 Disember 2016

## Perakuan pelajar siswazah

Saya memperakui bahawa:

- tesis ini adalah hasil kerja saya yang asli;
- setiap petikan, kutipan dan ilustrasi telah dinyatakan sumbernya dengan jelas;
- tesis ini tidak pernah dimajukan sebelum ini, dan tidak dimajukan serentak dengan ini, untuk ijazah lain sama ada di Universiti Putra Malaysia atau di institusi lain;
- hak milik intelek dan hakcipta tesis ini adalah hak milik mutlak Universiti Putra Malaysia, mengikut Kaedah-kaedah Universiti Putra Malaysia (Penyelidikan) 2012;
- kebenaran bertulis daripada penyelia dan Pejabat Timbalan Naib Canselor (Penyelidikan dan Inovasi) hendaklah diperoleh sebelum tesis ini diterbitkan (dalam bentuk bertulis, cetakan atau elektronik) termasuk buku, jurnal, modul, prosiding, tulisan popular, kertas seminar, manuskrip, poster, laporan, nota kuliah, modul pembelajaran atau material lain seperti yang dinyatakan dalam Kaedah-kaedah Universiti Putra Malaysia (Penyelidikan) 2012;
- tiada plagiat atau pemalsuan/fabrikasi data dalam tesis ini, dan integriti ilmiah telah dipatuhi mengikut Kaeda-kaedah Universiti Putra Malaysia (Pengajian Siswazah) 2003 (Semakan 2012-2013) dan Kaedah-kaedah Universiti Putra Malaysia (Penyelidikan) 2012. Tesis ini telah diimbaskan dengan perisian pengesanan plagiat.

Tandatangan: \_\_\_\_\_

Tarikh: \_\_\_\_\_

Nama dan No. Matrik: Siti Ramizah Khairunnisa Bt Mohd Radzi (GS33634)

**Perakuan Ahli Jawatankuasa Penyeliaan:**

Dengan ini, diperakukan bahawa:

- penyelidikan dan penulisan tesis ini adalah di bawah seliaan kami;
- tanggungjawab penyeliaan sebagaimana yang dinyatakan dalam Universiti Putra Malaysia (Pengajian Siswazah) 2003 (Semakan 2012-2013) telah dipatuhi.

Tandatangan: \_\_\_\_\_  
Nama Pengerusi Jawatankuasa Penyeliaan: Jusang Bolong, PhD

Tandatangan: \_\_\_\_\_  
Nama Ahli Jawatankuasa Penyeliaan: Ezhar Tamam, PhD



## JADUAL ISI KANDUNGAN

	<b>Halaman</b>
<b>ABSTRAK</b>	i
<b>ABSTRACT</b>	ii
<b>PENGHARGAAN</b>	v
<b>PENGESAHAN</b>	vi
<b>PERAKUAN</b>	vii
<b>SENARAI RAJAH</b>	xii
<b>SENARAI JADUAL</b>	xiii
<b>SENARAI SINGKATAN</b>	xv
 <b>BAB</b>	
<b>1</b>	
<b>Pengenalan</b>	
Latar belakang kajian	1
Pernyataan masalah	4
Persoalan kajian	6
Objektif kajian	7
Kepentingan kajian	7
Skop dan limitasi kajian	8
Pendefinisian perkataan	9
<b>2</b>	
<b>Sorotan Literatur</b>	
Komunikasi berperamptaraan komputer	11
Laman sosial	12
Emosi	13
Ungkapan emosi	13
Faktor yang mempengaruhi emosi	14
Kaedah mengawal perubahan emosi	16
Hasil kajian lepas	
Ungkapan emosi: Bersemuka vs. komputer	18
Personaliti	19
Model Personaliti	19
Individu Ekstrovert dan Introvert	21
Perubahan emosi	23
Bahan rangsangan emosi	27
Kerangka teori	
Model Hyperpersonal	29
Roda Personaliti Eysenck	30
Kerangka konsep kajian	31
Hipotesis	32
<b>3</b>	
<b>Metodologi</b>	
Reka bentuk kajian	31
Lokasi dan subjek kajian	31
Populasi dan sampel kajian	34
Instrumen kajian	34
Pengukuran pemboleh ubah	36

	Prauji kajian	40
	Kebolehpercayaan dan kesahan instrumen	41
	Kawalan kesahan dalaman	42
	Prosedur pengumpulan data	43
	Ralat prosedur pengumpulan data	48
	Analisis data	51
<b>4</b>	<b>HASIL KAJIAN DAN PERBINCANGAN</b>	
	Profil Responden	52
	Tujuan penggunaan Facebook bagi individu Introvert dan Ekstrovert	55
	Perbezaan emosi individu Introvert sebelum dan selepas pendedahan rangsangan visual	56
	Perbezaan emosi individu Ekstrovert sebelum dan selepas pendedahan rangsangan visual	60
	Perbincangan dan perkaitan hasil kajian dengan teori	65
<b>5</b>	<b>RUMUSAN, KESIMPULAN DAN CADANGAN</b>	
	Rumusan	68
	Kesimpulan	69
	Implikasi kajian	71
	Cadangan kajian akan datang	73
	<b>RUJUKAN</b>	75
	<b>LAMPIRAN</b>	83
	<b>BIODATA PELAJAR</b>	98

## SENARAI RAJAH

<b>Rajah</b>		<b>Halaman</b>
2.1	Roda Personaliti Eysenck	15
2.2	Roda Personaliti Eysenck ( <i>Eysenck Personality of Wheel</i> )	31
2.3	Kerangka teoritikal	31
2.4	Kerangka konsep kajian	32
3.1	Reka bentuk kajian eksperimen sebelum dan selepas	33
3.2	Skor personaliti	37
3.3	Skala perubahan emosi	38
3.4	Perbezaan emosi antara individu Introvert dan Ekstrovert	38
3.5	Reka bentuk Makmal untuk Ujian Sebelum dan Selepas	44
3.6	Susun atur peralatan berkomputer dalam Makmal 1 (Ekstrovert)	46
3.7	Ringkasan prosedur pengumpulan data	48

## SENARAI JADUAL

Jadual		Halaman
2.1	Ikon emosi dalam KpK	14
2.2	<i>Five-factor Model</i>	19
2.3	Dimensi Roda Personaliti Eysenck	20
2.4	Model Hyperpersonal	29
3.1	Skala item positif dan negatif dalam instrumen kajian	35
3.2	Instrumen kajian	36
3.3	Skor penentuan personaliti	37
3.4	Tahap perubahan emosi	37
3.5	Kandungan visual provokatif	40
3.6	Bilangan responden untuk ujian prauji	40
3.7	Keputusan Ujian Kebolehpercayaan Perubahan Emosi	41
3.8	Kebolehpercayaan instrumen mengikut kategori likert	42
3.9	Bilangan responden untuk pengumpulan data Fasa 2	44
3.10	Pecahan makmal mengikut keperluan eksperimen (Introvert dan Ekstrovert)	44
3.11	Arahan kepada subjek dalam kumpulan Emosi dan EPQ	50
3.12	Jadual eksperimen atas talian	50
4.1	Taburan profil responden mengikut personaliti	52
4.2	Profil individu Introvert	53
4.3	Profil individu Ekstrovert	55
4.4	Pola penggunaan Facebook ( Introvert dan Ekstrovert)	55
4.5	Tujuan penggunaan Facebook (Introvert dan Ekstrovert)	56



4.6	Perbezaan emosi bagi individu Introvert selepas pendedahan rangsangan visual provokatif dalam Facebook	57
4.7	Nilai Ujian Berpasangan Wilcoxon-Signed Rank terhadap Perubahan Emosi Introvert Sebelum dan Selepas Pendedahan Rangsangan Visual Provokatif	58
4.8	Perbezaan emosi bagi individu Ekstrovert selepas pendedahan rangsangan visual provokatif dalam Facebook	61
4.9	Nilai Ujian Berpasangan Wilcoxon-Signed Rank terhadap Perubahan Emosi Ekstrovert Sebelum dan Selepas Pendedahan Rangsangan Visual Provokatif	62
4.10	Lampiran 7: Perubahan emosi individu Introvert sebelum pendedahan rangsangan visual	94
4.11	Lampiran 8: Perubahan emosi individu Introvert selepas pendedahan rangsangan visual	95
4.12	Lampiran 9: Perubahan emosi individu Ekstrovert sebelum pendedahan rangsangan visual	96
4.13	Lampiran 10: Perubahan emosi individu Ekstrovert selepas pendedahan rangsangan visual	97

## SENARAI SINGKATAN

SKMM	Suruhanjaya Komunikasi dan Multimedia Malaysia
Q2	<i>Quater 2 / suku kedua</i>
KpK	Komunikasi berperantaraan komputer
IPT	Institusi Pengajian Tinggi
UPM	Universiti Putra Malaysia
@	Tag nama
#	<i>Hashtag</i>
FB	Facebook
2D / 3D	2 Dimensi / 3 Dimensi
EPQ	Eysenck Personality Questionnaire
EPQ-E	Eysenck Personality Questionnaire- Ekstrovert
EPQ-N	Eysenck Personality Questionnaire- <i>Neuroticism</i>
UKM	Universiti Kebangsaan Malaysia

# BAB 1

## PENGENALAN

Bab ini memberikan huraian mengenai latar belakang kajian, pernyataan masalah, objektif kajian, kepentingan kajian, skop dan limitasi kajian serta pendefinisan perkataan.

### Latar belakang kajian

Internet adalah sebuah jaringan yang terdiri daripada sumber maklumat dengan pautan (*links*) yang diakses oleh pengguna secara global. Setiap pautan terdiri daripada laman sesawang yang dibangunkan oleh organisasi atau individu secara terbuka untuk audiens di seluruh dunia. Laman sesawang menyediakan pelbagai informasi termasuklah daripada aspek pendidikan (Li, 2002), politik, kemahiran, hiburan (Whitty & McLaughlin, 2007), e-dagang (Metzger, 2007) dan semakin berkembang dalam bidang perubatan dan kesihatan (Waite et al., 2012).

Penggunaan Internet di Malaysia telah mencatatkan peningkatan sebanyak 33.5% dalam tempoh 10 tahun (2002-2012), iaitu daripada 32.3% kepada 65.8% seiring dengan pertambahan populasi penduduk (International Telecommunication Union, 2015). Bukan itu sahaja, penggunaan Internet diakses menerusi komputer dan telefon bimbit dan pengguna belia dalam lingkungan usia 20-29 tahun merupakan pengguna Internet tertinggi di Malaysia (SKMM, laporan suku kedua; Q2, 2015).

Komunikasi berperantaraan komputer (KpK) merupakan cabang Internet yang menjadi sebahagian daripada elemen teknologi komunikasi. Sejak diperkenalkan dua dekad yang lalu, KpK menggunakan teks dan tulisan sebagai perantara komunikasi seperti emel dan *chatting* sebelum ia dikembangkan dengan teknologi visual seperti *skype* dan *webcam*. Tambahan lagi, KpK yang berbentuk langsung (*synchronous*) dan tidak langsung (*asynchronous*) turut dimajukan dengan gabungan kesemua elemen komunikasi (langsung dan tidak langsung) dalam sebuah jaringan yang mempergiat interaksi yang dikenali sebagai jaringan sosial.

Jaringan sosial adalah himpunan laman sesawang bagi membolehkan audiens untuk mencari maklumat daripada mana-mana laman yang diingini. Ia terdiri daripada laman yang berasaskan komuniti, forum, blog umum atau peribadi, ruang sembang dan laman sosial. Dalam laman komuniti ataupun forum, pengurus (*admin*) laman tersebut akan mewujudkan topik-topik yang membenarkan interaksi berlangsung sepanjang masa. Bukan itu sahaja, dalam laman sosial, pengguna akan mewujudkan profil masing-masing bagi membentuk hubungan dengan pengguna yang lain.

Setiap laman sosial mempunyai perincian yang unik dan kebanyakannya berbentuk profil peribadi. Pengguna laman sosial menjalankan aktiviti seperti mengemas kini status, memuat naik gambar, maklumat peribadi, menyertai kumpulan peribadi (*private group*) dan kumpulan peminat (*fanpage*). Aktiviti di dalam laman sosial bukan sahaja berfokus pada diri sendiri (Gentile et al., 2012) malahan juga aktiviti interpersonal seperti berbalas komen dengan rakan-rakan (Sheldon, 2007, Miller, 2011).

Individu melayari laman sosial atas pelbagai tujuan. Pengguna remaja menggunakan Facebook untuk menjalankan hubungan jangka panjang (Ellison, Steinfield & Lampe, 2007) kerana mereka berasa lebih selesa (Bargh, McKenna & Fitzsimons, 2002) dan rapat (Williams, 2008) apabila menggunakan identiti maya. Pengguna lelaki lebih kerap menggunakan laman sosial untuk mendedahkan maklumat peribadi (Fogel & Nehmad, 2009) dan menggunakan mesej ringkas (Chung & Soo Nam, 2007) berbanding pengguna perempuan yang melayari laman sosial untuk bersembang dengan rakan-rakan (Fogel & Nehmad, 2009).

KpK menawarkan ganjaran yang sangat luas untuk tujuan komunikasi dan hubungan interpersonal. Menerusi KpK, individu berkuasa penuh untuk mengawal maklumat yang ingin diagihkan pada rakan-rakan termasuklah persembahan sendiri (Rekhari, 2008). Bukan itu sahaja, individu mampu membentuk emosi yang lebih positif (Denham, Blair, DeMulder, Levitas, Sawyer, & Auerbach-Major, 2003) kerana individu mempunyai ruang untuk memilih cara berkomunikasi yang dirasakan selesa untuk diri (Parkinson, 2008).

KpK bertindak sebagai turut menyediakan aplikasi mesej pantas (*Instant Messaging*) terutama di dalam laman sosial bagi menggalakkan pengguna untuk berinteraksi secara langsung (Riordan & Kreuz, 2010), mengurangkan konflik (Maruping & Agarwal, 2004) dan membentuk hubungan sosial (Okdie, Guadagno, Bernieri, Geers & Mclarney-Vesotski, 2011) yang lebih rapat dengan pengguna yang lain.

Individu juga menggunakan laman sosial untuk persembahan sendiri dan ia menjadi salah satu cara untuk menggantikan komunikasi dalam keadaan bersemuka (Tosun & Lajunen, 2010). Laman sosial menyediakan ruang untuk pengguna berinteraksi secara bebas dan menggunakannya untuk tujuan pameran emosi (Ben-Ze-Ev, 2003; Riordan & Kreuz, 2010). Hal ini kerana, pengguna lebih mudah untuk meluahkan emosi kerana faktor masa, tempat serta jenis emosi yang hendak diluahkan adalah bergantung pada kehendak pengguna itu sendiri (Derks, Fischer & Bos, 2008).

Pameran emosi adalah berkait dengan pemerhatian, tindakan dan hubungan interpersonal. Apabila reaksi wajah, tonasi suara dan bahasa badan lebih mudah diperhatikan dalam keadaan bersemuka, pasangan akan bertindak untuk memilih cara yang terbaik sama ada meneruskan ataupun menamatkan perbualan. Hal ini kerana, elemen verbal dan bukan verbal akan sentiasa mempengaruhi kelangsungan interaksi dan ia adalah sangat mustahil untuk dielak dalam komunikasi bersemuka.

Dari sudut hubungan interpersonal, pameran emosi juga melibatkan kedekatan dalam hubungan (Burgin, Brown, Royal, Silvia, Barrantes-Vidal & Kwapil, 2012) dan sejauh mana mereka selesa untuk berinteraksi dengan teman mereka. Walaupun perbualan beremosi berjaya mendorong pada perkembangan hubungan (Parkinson, 2008) namun, pameran emosi yang keterlaluan akan merencatkan perbualan sekali gus mencetuskan pertelagahan antara satu sama lain.

Contohnya, dalam isu yang melibatkan kehilangan pesawat MH370, setiap pengguna berkongsi kedukaan di dalam laman sosial, meluahkan perasaan dan memberikan kata-kata semangat kepada keluarga pesawat penumpang yang terlibat. Segelintir individu sengaja menyalahgunakan laman sosial dengan memaparkan komen-komen yang negatif dengan niat untuk mempersenda dan memaparkan maklumat yang tidak tepat.

Bukan itu sahaja, individu lebih gemar untuk menonton video yang dikongsi oleh rakan-rakan berbanding melihat gambar kerana perkongsian video digambarkan sebagai satu bentuk dokumentari tentang suatu peristiwa yang bermakna (socialbakers.com, 2015). Gabungan antara perkongsian video dengan komen yang berbalas telah menggalakkan penglibatan antara pengguna terutama sekali sekiranya mereka ingin menyatakan pendapat masing-masing mengenai bahan yang ditonton. Kajian oleh animoto.com pada tahun 2014 menunjukkan bahawa perkongsian video bukan sahaja berjaya mengekalkan interaksi sesama mereka malahan juga hubungan yang terjalin menjadi semakin rapat.

Penggunaan laman sosial turut dikaitkan dengan personaliti individu (Moore & McElroy, 2012, Ljepava, Orr, Locke & Ross, 2013) kerana setiap personaliti mempunyai cara yang berbeza untuk berinteraksi secara maya. Personaliti ditakrifkan sebagai karakter yang membentuk watak individu. Perbezaan karakter ditentukan menerusi gaya komunikasi, tingkah laku, penglibatan sosial, psikologi dan lain-lain lagi. Berpandukan pada karakter, mereka berupaya untuk mempengaruhi rakan-rakan dengan tulisan dinding (*wall post*), menjadikan laman sosial sebagai medan untuk melanjut dan menggantikan komunikasi (Tosun & Lajunen, 2010) serta berasa menyesal kerana memilih untuk menjalinkan hubungan secara maya (Moore & McElroy, 2012).

Kajian mengenai personaliti turut merangkumi aspek neurologi, perubahan (Haider, Edwin, Mackenzie, Bosse, Castillo, Trivison, & Group, 2002) dan pengurusan organisasi (Smith & Canger, 2013). Dalam bidang komunikasi, kajian personaliti turut dibincangkan secara meluas meliputi aspek tingkah laku (Amichai-Hamburger & Vinitzky, 2010), persembahan sendiri (Tosun & Lajunen, 2010), penggunaan telefon bimbit (Butt & Phillips, 2008), kekerapan penggunaan laman sosial (Moore & McElroy, 2012) dan dimensinya (Hamburger & Ben-Artzi, 2000).

Model personaliti yang paling kerap digunakan dalam penyelidikan komunikasi interpersonal dan psikologi adalah Model *Big Five* (Goldberg, 1982) dan *Five-factor Model* (Costa Jr. & McCrae, 1992). Menerusi model ini, personaliti terbahagi kepada lima iaitu terbuka (*Openness*), berhati-hati (*Conscientiousness*), ketidakstabilan emosi (*Neuroticism*), kerjasama (*Agreeableness*) dan ekstrovert (*Extrovert*). Sebuah lagi model personaliti adalah Roda Personaliti *Eysenck* (Eysenck & Eysenck, 1975) yang digunakan

secara meluas dalam bidang fisiologi genetik dan semakin berkembang dalam bidang pembangunan komunikasi.

Secara umumnya, personaliti *Openness* ditakrifkan sebagai individu yang bersedia untuk menerima idea-idea dan pengalaman baru. Personaliti *Conscientiousness* adalah individu yang sangat tekun dan teliti dan berkait dengan organisasi dengan pencapaian. *Neuroticism* pula adalah individu yang mempunyai masalah psikologi namun sangat peka terhadap ancaman. Personaliti *Agreeableness* adalah individu yang cenderung untuk percaya dan mengambil berat terhadap orang lain. Akhir sekali, *Extrovert* adalah individu yang gemar bersosial dan dikelilingi dengan pengalaman emosi yang positif (Costa & McCrae, 1992).

Karakter positif dan negatif yang terdapat pada setiap personaliti telah mempengaruhi individu untuk berkomunikasi secara bersemuka mahupun dalam KpK. Contohnya, individu Ekstrovert dan individu Introvert sememangnya berasa seronok apabila berbual dengan rakan-rakan tetapi individu Ekstrovert lebih kerap melibatkan diri dalam proses perbualan berbanding Introvert (Srivastava, Angelo & Vallereux, 2008). Bukan itu sahaja, individu Ekstrovert akan melanjutkan perbualan ke dalam laman sosial (Tosun & Lajunen, 2010) kerana mereka mahu mengekalkan interaksi dan mengukuhkan hubungan yang telah dibentuk dalam keadaan bersemuka.

Selain itu, ketidakstabilan emosi turut dikaitkan dengan penggunaan laman sosial dan pendedahan sendiri. Contohnya, individu yang berhadapan dengan emosi tidak stabil akan menggunakan laman sosial untuk berbual dengan rakan-rakan (Moore & McElroy, 2012). Sebaliknya, personaliti yang mempunyai emosi stabil dianggap sebagai personaliti yang lebih positif kerana mereka gemar menulis pelbagai topik laman sosial (Hollenbaugh & Ferris, 2014) dan bersembang dengan rakan-rakan namun akhirnya berasa menyesal kerana melayari laman sosial tersebut (Moore & McElroy, 2012).

Fungsi laman sosial untuk tujuan komunikasi dan hubungan interpersonal semakin berkembang kerana individu turut menjadikan Facebook sebagai medan luahan perasaan dan pameran emosi. Tambahan lagi, pameran emosi biasanya berlaku dalam persekitaran sosial hubungan interpersonal kerana antara syarat pameran emosi adalah penglibatan sekurang-kurangnya lebih daripada seorang individu dan wujudnya maklum balas antara dua pihak (Walther, 1996). Kesimpulannya, individu yang berbeza personaliti mungkin mempamerkan kestabilan emosi yang berbeza apabila berinteraksi dengan rakan dalam KpK.

### **Penyataan masalah**

Medium komunikasi memainkan peranan yang penting dalam pameran emosi individu. Pameran emosi dalam komunikasi bersemuka ditonjolkan menerusi reaksi wajah dan perbuatan (Ben-Ze'ev, 2003) manakala dalam KpK, reaksi wajah digantikan dengan menggunakan emotikon dan gambar (Pempek, Yermolayeva & Calvert, 2009) menyebabkan pameran emosi sukar untuk difahami (Dezecache, Mercier & Scott-Phillips, 2013) oleh pembaca secara menyeluruh.

KpK telah membuka ruang untuk individu berkomunikasi secara bebas dan terbuka sehingga mengabaikan norma-norma moral yang perlu dijaga dalam komunikasi bersemuka. Individu tidak dapat menentukan gaya dan adab dalam percakapan dengan orang lain (Parkinson, 2008) kerana mereka mengeksploitasi cara berbual mengikut saluran yang digunakan. Lantaran itu, KpK meninggalkan pengaruh interpersonal yang lebih rendah kerana setiap pengguna berhati-hati dalam mendedahkan identiti masing-masing (Sassenberg, Boss & Rabung, 2005).

Kekerapan penggunaan laman sosial seperti Facebook dikaitkan dengan karakter atau personaliti individu. Setiap personaliti cenderung untuk menggunakan Facebook dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti kepercayaan terhadap rakan, keintiman dan kesannya apabila mendedahkan informasi (Ljepava et al., 2013). Walau bagaimanapun, setiap personaliti berpotensi untuk menyembunyikan karakter mereka daripada diketahui oleh pengguna KpK yang lain. Contohnya, individu yang berpersonaliti Psikotik berasa lebih mudah untuk menonjolkan sisi yang berbeza dalam persembahan sendiri apabila bersosial dalam keadaan bersemuka dan dalam laman sosial (Tosun & Lajunen, 2010).

Selain itu, individu yang berpersonaliti Ekstrovert pula dianggap sebagai individu yang mempunyai personaliti yang positif dalam emosi dan percakapan (Qiu, Lin, Ramsay & Yang, 2012) dalam persekitaran bersemuka namun ia tidak bermakna mereka lebih gembira, puas dan mempunyai harga diri yang tinggi (Hills & Argyle, 2001). Adakah situasi ini menunjukkan bahawa individu Ekstrovert yang positif dalam persekitaran bersemuka akan kekal positif dalam laman sosial atau sebaliknya?

Terdapat percanggahan dalam hasil kajian antara individu yang berpersonaliti Introvert dengan penggunaan laman sosial iaitu hasil kajian Moore & McElroy (2012) menyatakan bahawa individu Introvert kerap menggunakan laman sosial untuk mengekalkan hubungan namun Orchard, Fullwood, Galbraith dan Morris (2014) memberikan pandangan yang sebaliknya. Beliau menyatakan bahawa individu Introvert tidak menjalinkan hubungan di dalam laman sosial kerana mereka tidak selesa untuk meletakkan maklumat peribadi sebagai pengenalan diri untuk carian rakan-rakan yang lain.

Sebaik sahaja KpK digunakan dengan tujuan untuk menggantikan komunikasi secara bersemuka, corak dalam komunikasi semakin berubah. Pertama, identiti individu semakin tersembunyi kerana mereka mengelakkan diri daripada menggunakan nama sebenar; kedua, cara luahan emosi menjadi semakin negatif iaitu individu menjadikan KpK seperti forum sebagai medan untuk berkata-kata kasar (Laflen & Fiorenza, 2012; Qiu et. al., 2012); ketiga, persekitaran sosial dalam KpK telah menjadikan individu lebih sunyi (Whitty & McLaughlin, 2007) sehingga merangsang pada gangguan emosi apabila berhadapan dengan tekanan mahupun respons provokatif (Carlo, Mestre, McGinley, Samper, Tur & Sandman, 2012).

Selain daripada pameran emosi, individu turut berkongsi (*share*) pelbagai bahan yang berbentuk provokatif (artikel dan visual) ke dalam laman sosial masing-masing. Bukan itu sahaja, terdapat sebilangan pengguna Facebook menjadikan ruangan tulisan dinding (*wall post*) sebagai medan luahan emosi seperti menyatakan pandangan peribadi yang melanggar adab dan budaya, memuat naik status, berkongsi gambar atau video yang berbentuk provokatif dan memfitnah individu lain, menghina institusi diraja, memperkecil perlembagaan negara, memecahbelahkan perpaduan kaum dan lain-lain lagi.

Tambahan lagi, individu dalam lingkungan usia 20-29 tahun merupakan pengguna Internet tertinggi (SKMM, laporan suku pertama; Q1, 2014) dan pelajar universiti adalah pengguna Facebook yang paling aktif (Mack, Behler, Roberts & Rimland, 2007). Lantaran itu, mereka lebih mudah terdedah pada rangsangan pelbagai bahan yang dikongsi oleh pengguna lain dalam laman sosial tersebut. Tekanan yang wujud daripada rangsangan ini boleh mencetuskan emosi yang stabil atau tidak stabil dalam diri individu (Codispoti, Surcinelli & Baldaro, 2008).

Teknologi telah menjadikan individu semakin berani dalam mempersembahkan emosi. Walaupun Facebook menawarkan keterbukaan dalam menulis *post* atau komen, pengguna masih diberikan pilihan sama ada mahu meluahkan emosi positif atau negatif dalam tulisan dinding, kemaskini status ataupun mesej segera (Bazarova, Taft, Choi & Cosley, 2014). Tambahan pula, perubahan pada emosi bergantung pada cara emosi tersebut dipersembahkan oleh personaliti yang berbeza (Parkinson, 2008).

Walaupun wujud kepelbagaian personaliti yang menggunakan teknologi tetapi kajian mengenai perubahan emosi bagi individu Introvert dan Ekstrovert yang terdedah pada rangsangan visual provokatif di dalam Facebook masih lompong dari beberapa sudut dan keadaan. Pandangan hasil kajian lepas membuktikan bahawa individu Introvert atau individu Ekstrovert telah menggunakan Facebook untuk berinteraksi dengan rakan-rakan namun, kestabilan emosi turut memainkan peranan dalam kelangsungan interaksi di laman sosial. Hal ini kerana, setiap individu mungkin berhadapan dengan emosi yang stabil dan tidak stabil sebelum menggunakan Facebook lantas apabila mereka berinteraksi di dalam laman sosial tersebut, ia akan mempengaruhi perubahan kestabilan emosi mereka.

### **Persoalan Kajian**

Premis yang digunakan dalam kajian ini adalah individu Introvert dan individu Ekstrovert akan berhadapan dengan perubahan dalam kestabilan dan ketidakstabilan emosi apabila terdedah pada rangsangan visual provokatif di dalam Facebook. Menerusi premis ini, beberapa persoalan perlu dijawab iaitu:

- a) Dalam konteks kajian ini, apakah tujuan individu Introvert dan Ekstrovert menggunakan Facebook?
- b) Jika seseorang itu mempunyai personaliti Introvert, adakah emosi mereka akan berbeza sebelum dan selepas didedahkan dengan rangsangan provokatif dalam Facebook?



- c) Sebaliknya, bagi individu Ekstrovert, adakah mereka juga berbeza emosinya sebelum dan selepas pendedahan rangsangan provokatif dalam Facebook?

### **Objektif kajian**

### **Objektif umum**

Kajian ini menerangkan tentang impak rangsangan visual provokatif dalam Facebook terhadap perubahan emosi bagi individu Introvert dan Ekstrovert.

### **Objektif khusus**

- a) Mengenal pasti tujuan penggunaan Facebook bagi individu Introvert dan Ekstrovert.
- b) Mengenal pasti perbezaan emosi bagi individu Introvert sebelum dan selepas pendedahan rangsangan visual provokatif dalam Facebook.
- c) Mengenal pasti perbezaan emosi bagi individu Ekstrovert sebelum dan selepas pendedahan rangsangan visual provokatif dalam Facebook.

### **Kepentingan kajian**

Dua personaliti yang mempunyai perbezaan ketara dari sudut komunikasi dan tingkah laku adalah individu Introvert dan Ekstrovert. Interaksi berbalas dan pendedahan bahan rangsangan dalam Facebook boleh merangsang emosi bagi kedua-dua personaliti ini. Disebabkan perubahan emosi individu tidak dapat dijangka, terutama sekali dalam KpK; maka kajian ini adalah penting untuk mengetahui personaliti yang manakah yang beremosi stabil dan tidak stabil setelah didedahkan dengan bahan rangsangan provokatif.

Secara praktikalnya, fenomena perubahan kestabilan emosi yang dipelajari menerusi kajian ini akan menyumbang pada ilmu pengurangan tekanan emosi terutama sekali dalam bidang psikologi komunikasi. Contohnya, sumber (psikiatri atau *psychologist*) boleh merencana kaedah terbaik atau lebih berwaspada dalam interaksi dengan penerima (*pesakit*) bagi mengelakkan salah faham komunikasi terutama sekali apabila melibatkan komunikasi dengan individu yang beremosi stabil atau tidak stabil.

Dari sudut teori, Model Hyperpersonal menekankan gabungan antara fungsi media dan proses komunikasi sekali gus menjadikan KpK lebih peribadi dan personal untuk komunikasi diad mahupun berkumpulan. Apabila sumber dan penerima dipisahkan dengan saluran (KpK), maklum balas yang diperoleh boleh ditangguh atau dilewatkan (*time lag*). Dengan gabungan model personaliti iaitu Roda Personaliti Eysenck; Model Hyperpersonal dapat diperkukuh dengan mengkaji kesan perubahan emosi oleh pengguna dalam saluran KpK yang membenarkan penangguhan maklum balas.

Kaedah kajian yang mengukur kestabilan emosi adalah berpaksi pada dua cara iaitu pengukuran berbentuk psikologi (borang soal selidik, lapor diri) dan fisiologi (eksperimen, ujian makmal, aktiviti otak, rangsangan kulit). Bagi manfaat metodologi, kajian ini menggunakan pengukuran berbentuk psikologi dengan menggunakan borang soal selidik kerana skala perubahan emosi dapat diukur satu-persatu. Oleh itu, pengukuran psikologi lebih sesuai digunakan kerana item dalam soal selidik akan dapat menjelaskan kestabilan emosi yang dialami.

Selain itu, kajian ini penting untuk organisasi yang dipertanggungjawabkan untuk menangani isu media seperti Kementerian Komunikasi dan Multimedia di Malaysia. Hal ini kerana, kedua-dua organisasi ini perlu memahami kecenderungan penggunaan laman sosial dalam kalangan rakyat dan sejauh mana pendedahan terhadap provokatif media akan menjejaskan kestabilan emosi penggunanya. Lantaran itu, organisasi akan dapat merancang pelan strategik mengenai budaya media yang perlu dikawal agar tidak wujud lagi anasir-anasir negatif yang boleh menjejaskan nama baik individu, organisasi mahupun negara Malaysia.

### **Skop dan limitasi kajian**

Emosi individu boleh terjejas disebabkan oleh pelbagai faktor seperti kandungan bahan rangsangan, penggunaan perkataan dalam perbuatan, persepsi, respons dan arahan penyelidikan (Watson, 2004). Oleh itu, skop kajian menggunakan rangsangan visual sahaja kerana Staebler et al. (2009) menyatakan bahawa gambar tidak berupaya untuk mengukur emosi secara menyeluruh kerana komposisi gambar adalah tetap dan tidak bergerak-gerak seperti visual.

Skop kajian dikecilkan kepada beberapa aspek iaitu lokasi kajian akan tertumpu dalam Facebook. Hal ini kerana, Facebook merekodkan jumlah pengguna aktif yang tertinggi di dunia. Tambahan lagi, subjek kajian perlu menonton bahan visual provokatif dalam Facebook kerana had tontonan bervisual dalam Facebook mencatatkan peningkatan sebanyak 135% dalam tempoh 6 bulan (Oktober 2014-Februari 2015) berbanding gambar mahupun interaksi.

Subjek kajian dibataskan kepada pengguna Facebook dalam lingkungan usia 20-29 tahun dan terdiri daripada pelajar di institusi pengajian tinggi (IPT) (SKMM, 2014; Mack et al., 2007). Lokasi kajian akan tertumpu di Selangor kerana Selangor diklasifikasikan sebagai bandar urban yang mempunyai kadar penembusan Internet yang tertinggi (Statistik Malaysia, 2010). Oleh itu, setiap pelajar IPT di Selangor berpotensi untuk mengakses Internet dan melayari Facebook.

Seterusnya, skop pelajar IPT di Selangor dibataskan kepada pelajar di Universiti Putra Malaysia (UPM) kerana tekanan politik kampus di UPM pernah menjadi isu utama yang mendapat liputan media pada tahun 2011. Tambahan lagi, visual yang digunakan adalah gabungan antara dua parti (Aspirasi dan Pro-Mahasiswa) bagi mengelakkan bias dalam paparan visual.

Beberapa kajian lepas telah pun menguji perubahan emosi dengan menggunakan kaedah fisiologi kerana reka bentuk kajian ini mempengaruhi persembahan data (Stemmler & Wacker, 2010). Kajian ini pula menggunakan kaedah psikologi berbentuk eksperimen yang menggunakan borang soal selidik. Kajian eksperimen membolehkan subjek dikawal daripada gangguan dalaman dan luaran sepanjang eksperimen dijalankan. Subjek pula dapat melibatkan diri dalam ujian tertentu seperti kekuatan bahan rangsangan, emosi mahupun kesan pemboleh ubah terhadap subjek secara positif mahupun negatif.

Analisis data pula dibataskan pada pengukuran berbentuk statistik bukan paramaterik (non-parametric) dan analisis kandungan teks sahaja. Namun begitu, analisis kandungan teks hanya bertindak sebagai penjelasan sokongan terhadap keadaan emosi yang dihadapi oleh personaliti pada masa itu. Hasil kajian ini tidak dapat digeneralisasikan kepada kes-kes rangsangan provokatif yang berbeza kerana sifat kajian eksperimen yang terbatas.

### **Pendefinisian perkataan**

**Personaliti Esktrovert:** Individu yang mempunyai kemahiran sosial yang tinggi, ramai kawan dan gemar menyertai pelbagai aktiviti (Mark & Ganzach, 2014) kerana ingin mendapatkan perhatian (Wilson, Fornasier & White, 2010), suka bercakap, berpendirian tegas dan bersedia untuk mengambil risiko. Mereka juga dianggap individu yang rumit dan memerlukan rangsangan daripada keadaan sekeliling (John & Saks, 2005) untuk menjadikan mereka lebih aktif dan bertenaga.

**Personaliti Introvert:** Individu yang memiliki sifat berlawanan dengan Ekstrovert. Individu Introvert tidak kerap dalam penyertaan aktiviti sosial (Srivasta, Angelo & Vallereux, 2008), kerana sangat bimbang untuk berkomunikasi dengan orang lain. Lantaran itu, mereka tidak agresif dalam perbualan kerana menganggap bahawa penglibatan sosial akan meninggalkan kesan terhadap orientasi hubungan dan mereka lebih sensitif terhadap perpisahan (McCroskey, Heisel & Richmond, 2001, Karshli & Anli, 2012).

**Emosi stabil:** Individu yang mempunyai daya tahan emosi yang tinggi, mampu menyesuaikan diri dengan tekanan tanpa sebarang masalah dalam jangka masa panjang. Kestabilan emosi bergantung pada bagaimana individu berusaha untuk mengawal emosi dengan baik (Eysenck, 1975), impuls atau mengelakkan tekanan daripada menguasai diri (Costa & McCrae, 1992). Individu yang beremosi stabil kerap menggunakan laman sosial untuk mengekalkan hubungan (Moore & McElroy, 2012).

**Emosi tidak stabil:** Kecenderungan individu untuk mempamerkan reaksi segera yang tidak dijangka. Apabila mereka tidak berupaya untuk mengawal tindak balas emosi terhadap rangsangan dan tekanan daripada perbualan beremosi, ia akan menjadikan individu lebih agresif dan mengalami kesukaran dalam tingkah laku sosial (Carlo et al., 2012) sekali gus mempamerkan sifat-sifat yang negatif seperti hilang kepercayaan,

kesedihan, kebimbangan dan kesukaran menguruskan stress yang dihadapi (Moore & McElroy, 2012).

**Rangsangan visual provokatif:** Elemen visual yang melibatkan gabungan beberapa jenis emosi atau rangsangan yang tidak menyenangkan sekali gus menyumbang pada gangguan psikologi, fisiologi atau perubahan terhadap tingkah laku (Rooney, Benson & Hennessy, 2012).

## **Kesimpulan**

Internet merupakan sebuah gerbang maya yang menawarkan pelbagai laman untuk tujuan interaksi, informasi, sosialisasi dan lain-lain lagi secara atas talian. Laman sosial diwujudkan sebagai pemudah cara untuk individu berkongsi maklumat dan berhubung antara satu sama lain secara langsung dan tidak langsung. Interaksi yang berterusan telah merangsang individu untuk terus menjalinkan hubungan interpersonal dalam laman sosial.

Sifat laman sosial yang tertutup dan tersembunyi telah menjadikan pengguna semakin berani untuk berkongsi sebarang perkara termasuklah perihal emosi. Pengguna juga berkongsi pandangan peribadi, gambar dan video untuk tatapan rakan-rakan sosial yang lain. Kebebasan muat naik bahan teknologi telah merangsang pada perubahan emosi kerana individu bertindak untuk berkongsi pandangan secara keterlaluan dan ada kalanya pandangan itu adalah tidak tepat.

Pengguna laman sosial terdiri daripada pelbagai individu yang berlainan personaliti. Lantaran itu, penggunaan laman sosial oleh personaliti yang berbeza dijangka akan mempengaruhi perubahan emosi dan cara mereka berinteraksi dengan pengguna yang lain.

## RUJUKAN

- Amichai-Hamburger, Y., & Vinitzky, G. (2010). Social network use and personality. *Computers in Human Behavior*, 26(6), 1289–1295. doi:10.1016/j.chb.2010.03.018
- Alhabash, S., Baek, J., Cunningham, C., & Hagerstrom, A. (2015). To comment or not to comment? : How virality, arousal level, and commenting behavior on YouTube videos affect civic behavioral intentions. *Computers in Human Behavior*, 51, 520–531. doi:10.1016/j.chb.2015.05.036
- Asgari, Y. (2002). *Relationship between Anxiety and Other Personality Traits among Students In A Malaysian University*. Unpublished master dissertation. Universiti Putra Malaysia, Malaysia.
- Bargh, J. A., McKenna, K. Y. A., & Fitzimmons, G. M. (2002). Can you see the real me? Activation and expression of the “true self” on the Internet. *Journal of Social Issues*, 58(1), 33–48.
- Barile, A. L., & Durso, F. T. (2002). Computer-mediated communication in collaborative writing. *Computers in Human Behavior*, 18(2), 173–190. doi:10.1016/S0747-5632(01)00040-1
- Bazarova, N. N., Taft, J. G., Choi, Y. H., & Cosley, D. (2012). Managing impressions and relationships on Facebook: Self-presentational and relational concerns revealed through the analysis of language style. *Journal of Language and Social Psychology*, 32(2), 121–141. doi:10.1177/0261927X12456384
- Ben-Ze'ev, A. (2003). Privacy, emotional closeness, and openness in cyberspace. *Computers in Human Behavior*, 19(4), 451–467. doi:10.1016/S0747-5632(02)00078-X
- Bowen, R., Baetz, M., Leuschen, C., & Kalynchuk, L. E. (2011). Predictors of suicidal thoughts: Mood instability versus neuroticism. *Personality and Individual Differences*, 51(8), 1034–1038. doi:10.1016/j.paid.2011.08.015
- Brown, J., Broderick, A. J., & Lee, N. (2007). Word of mouth communication within online communities: Conceptualizing the online social network. *Journal of Interactive Marketing*, 21(3), 2–20. doi:10.1002/dir.20082
- Burgin, C. J., Brown, L. H., Royal, A., Silvia, P. J., Barrantes-Vidal, N., & Kwapil, T. R. (2012). Being with others and feeling happy: Emotional expressivity in everyday life. *Personality and Individual Differences*, 53(3), 185–190. doi:10.1016/j.paid.2012.03.006
- Butt, S., & Phillips, J. G. (2008). Personality and self-reported mobile phone use. *Computers in Human Behavior*, 24(2), 346–360. doi:10.1016/j.chb.2007.01.019
- Carlo, G., Mestre, M. V., McGinley, M. M., Samper, P., Tur, A., & Sandman, D. (2012). The interplay of emotional instability, empathy, and coping on prosocial and aggressive behaviors. *Personality and Individual Differences*, 53(5), 675–680. doi:10.1016/j.paid.2012.05.022
- Codispoti, M., Surcinelli, P., & Baldaro, B. (2008). Watching emotional movies: affective reactions and gender differences. *International Journal of Psychophysiology*, 69(2), 90–5. doi:10.1016/j.ijpsycho.2008.03.004
- Communication & Multimedia, Pocket Book of Statistics, Q2 2015*; Suruhanjaya Komunikasi dan Multimedia Malaysia, 2014.
- Company Info, Timeline, Products. Facebook Newsroom. (2012). Diambil dari <http://newsroom.fb.com/content/default.aspx?NewsAreaId=22>
- Cook, J. (1989). Perception of computer dialogue personality : An exploratory study. *International Journal Man-Machine Studies*, 31, 717-728.

- Correa, T., Hinsley, A. W., & Zúñiga, H. G. (2010). Who interacts on the Web? : The intersection of users' personality and social media use. *Computers in Human Behavior*, 26(2), 247–253. doi:10.1016/j.chb.2009.09.003
- Costa, P. T., & McCrae, R. R. (1992). *Revised NEO Personality Inventory (NEO-PIR) and NEO Five-factor Inventory (NEO-FFI): Professional Manual*. Odessa: Psychological Assessment Resources.
- Costa, P. T., & McCrae, R. R. (1994). Set like plaster? Evidence for stability of adult personality. In T. Heatherton & G. Weinberger, *Can Personality Change?* Washington DC: American Psychology Association.
- Chung, D., & Soo Nam, C. (2007). An analysis of the variables predicting instant messenger use. *New Media and Society*, 9(2), 212–234.
- Craig, E., & Wright, K. B. (2012). Computer-Mediated Relational Development and Maintenance on Facebook®. *Communication Research Reports*, 29(2), 119–129. <http://doi.org/10.1080/08824096.2012.667777>
- Davidson, J., & Martellozzo, E. (2013). exploring young people's use of social networking sites and digital media in the internet safety context. *Information, Communication & Society*, 16(9), 1456–1476. <http://doi.org/10.1080/1369118X.2012.701655>
- Denham, S. A., Blair, K. A., DeMulder, E., Levitas, J., Sawyer, K., & Auerbach-Major, S. (2003). Preschool emotional competence: Pathway to social competence. *Child Development*, 74, 238–253.
- Derks, D., Fischer, A. H., & Bos, A. E. R. (2008). The role of emotion in computer-mediated communication : A review. *Computers in Human Behavior*, 24, 766–785. doi:10.1016/j.chb.2007.04.004
- Dezecache, G., Mercier, H., & Scott-Phillips, T. C. (2013). An evolutionary approach to emotional communication. *Journal of Pragmatics*, 59, 221–233. doi:10.1016/j.pragma.2013.06.007
- Ellison, N. B., Steinfield, C., & Lampe, C. (2007). The benefits of Facebook “friends:” Social capital and college students' use of online social network sites. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 12(4), 1143–1168. doi:10.1111/j.1083-6101.2007.00367.x
- Eysenck, H. J., & Eysenck, S. B. G. (1975). *Manual of the Eysenck Personality Questionnaire (Adult)*. London: Hodder & Stoughton.
- Eysenck, T. (1976). The Eysenck Personality Scale: Stability and Change after Therapy. In Hallam, R. S., (Eds.) *Behavior Research and Therapy*. (pp. 369–372). Pergamon Press.
- Facebook Statistics by Country. Diambil dari <http://www.socialbakers.com/facebook-statistics>
- Fogel, J., & Nehmad, E. (2009). Internet social network communities: Risk taking, trust, and privacy concerns. *Computers in Human Behavior*, 25(1), 153–160. doi:10.1016/j.chb.2008.08.006
- Francis, L. J. (1996). The relationship between Eysenck's personality factors and attitude towards substance use among 13–15-year-olds. *Personality and Individual Differences*, 21(5), 633–640.
- Gale, A., Edwards, J., Morris, P., Moore, R., & Forrester, D. (2001). Extraversion–introversion, neuroticism–stability, and EEG indicators of positive and negative empathic mood. *Personality and Individual Differences*, 30(3), 449–461. doi:10.1016/S0191-8869(00)00036-2
- Gallo, D. A., Foster, K. T., & Johnson, E. L. (2009). Elevated false recollection of emotional pictures in young and older adults. *Psychology and Aging*, 24(4), 981–988.

- Garrison, A., Remley, D., Thomas, P., & Wierszewski, E. (2011). Conventional faces : Emoticons in instant messaging discourse. *Computers and Composition*, 28(2), 112–125. doi:10.1016/j.compcom.2011.04.001
- Geen, R. G. (1984). Preferred stimulation levels in Introverts and Extraverts: Effects on arousal and performance, *Journal of Personality and Social Psychology*, 46(6), 1303–1312.
- Gentile, B., Twenge, J. M., Freeman, E. C., & Campbell, W. K. (2012). The effect of social networking websites on positive self-views: An experimental investigation. *Computers in Human Behavior*, 28(5), 1929–1933. doi:10.1016/j.chb.2012.05.012
- Goldberg, L. R. (1982). From Ace to Zombie: Some Explorations in the Language of Personality. In C. D. Spielberger & J. N. Butcher (Eds.). *Advances in Personality Assessment* (pp. 203–234). Hillsdale: Erlbaum.
- Grebitus, C., Lusk, J. L., & Nayga, R. M. (2013). Explaining differences in real and hypothetical experimental auctions and choice experiments with personality. *Journal of Economic Psychology*, 36, 11–26. doi:10.1016/j.joep.2013.02.004
- Haider, A. H., Edwin, D. H., Mackenzie, E. J., Bosse, M. J., Castillo, R. C., Trivison, T. G., & Group, S. (2002). The use of the NEO-Five Factor Inventory to assess personality in trauma patients : A two-year prospective study, 16(9), 660–667. doi:10.1097/01.BOT.0000031328.88511.BF
- Hamburger, Y., & Ben-Artzi, E. (2000). The relationship between extraversion and neuroticism and the different uses of the Internet. *Computers in Human Behavior*, 16(4), 441–449.
- Hammick, J. K., & Lee, M. J. (2014). Do shy people feel less communication apprehension online? The effects of virtual reality on the relationship between personality characteristics and communication outcomes. *Computers in Human Behavior*, 33, 302–310. doi:10.1016/j.chb.2013.01.046
- Hess, U., & Bourgeois, P. (2010). You smile-I smile: Emotion expression in social interaction. *Biological Psychology*, 84(3), 514–20. doi:10.1016/j.biopsycho.2009.11.001
- Hills, P., & Argyle, M. (2001). Emotional stability as a major dimension of happiness. *Personality and Individual Differences*, 31(8), 1357–1364. doi:10.1016/S0191-8869(00)00229-4
- Hollenbaugh, E. E., & Ferris, A. L. (2014). Facebook self-disclosure: Examining the role of traits, social cohesion, and motives. *Computers in Human Behavior*, 30, 50–58. doi:10.1016/j.chb.2013.07.055
- Huang, A. H., Yen, D. C., & Zhang, X. (2008). Information & Management Exploring the potential effects of emoticons, 45, 466–473. doi:10.1016/j.im.2008.07.001
- Izard, C. E. (1991). *The Psychology of Emotion. Interest-Excitement: Activation, Expression and Experience*. Springer Science & Business Media.
- Izard C. E., Dougherty F. E., Bloxom B. M. & Kotsch N. E. (1974). *The Differential Emotions Scale: A Method of Measuring the Subjective Experience of Discrete Emotions*. Unpublished manuscript. Vanderbilt University.
- Johns, G. & Saks, A. M. (2005). *Organizational Behavior: Understanding and Managing Life at Work: Sixth edition*. Toronto: Pearson Education Canada, Inc.
- Kahneman, D., Krueger, A. B., Schkade, D. A., Schwarz, N., & Stone, A. A. (2004). A survey method for characterizing daily life experience: The day reconstruction method. *Science*, 306, 1776–1780.
- Kapidzic, S. (2013). Narcissism as a predictor of motivations behind Facebook profile picture selection. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 16, 14–19. doi:10.1089/cyber.2012.0143.v

- Kenny, R., Dooley, B., & Fitzgerald, A. (2013). Interpersonal relationships and emotional distress in adolescence. *Journal of Adolescence*, 36(2), 351–60. doi:10.1016/j.adolescence.2012.12.005
- Kensinger, E. A., & Corkin, S. (2003). Memory enhancement for emotional words: Are emotional words more vividly remembered than neutral words? *Memory & Cognition*, 31(8), 1169-1180.
- Lafren, A., & Fiorenza, B. (2012). “Okay, my rant is over.” The language of emotion in computer-mediated communication. *Computers and Composition*, 29(4), 296–308. doi:10.1016/j.compcom.2012.09.005
- Laney, M. O. (2002). *The Introvert Advantage: How to Thrive In an Extroverted World*. New York: Workman Publishing Company, Inc.
- Lenhart, A. & Madden, M. (2007). Social Networking Websites and Teens: An Overview. Pew Internet and American Life Project. Diambil dari [www.pewinternet.org/pdfs/PIP\\_SNS\\_Data\\_Memo\\_Jan\\_2007.pdf](http://www.pewinternet.org/pdfs/PIP_SNS_Data_Memo_Jan_2007.pdf)
- Li, Qing. (2002). Gender and computer-mediated communication: An exploration of elementary students’ mathematics and science learning. *Journal of Computers in Mathematics and Science Teaching*, 21(4), 341-359.
- Ljepava, N., Orr, R. R., Locke, S., & Ross, C. (2013). Personality and social characteristics of Facebook non-users and frequent users. *Computers in Human Behavior*, 29(4), 1602–1607. doi:10.1016/j.chb.2013.01.026
- Mack, D.M., Behler, A., Roberts, B., & Rimland, E. (2007). Reaching students with Facebook: Data and best practices. *Electronic Journal of Academic and Special Librarianship*, 8(2). Diambil dari [http://southernlibrarianship.icaap.org/content/v08n02/mack\\_d01.html](http://southernlibrarianship.icaap.org/content/v08n02/mack_d01.html)
- Malaysia Facebook Statistics. Diambil dari <http://www.socialbakers.com/facebook-statistics/malaysia>
- Maruping, L. M., & Agarwal, R. (2004). Managing team interpersonal processes through technology: A task-technology fit perspective. *Journal of Applied Psychology*, 89(6), 975–990.
- Matveeva, L. V., Mochalova, Y. V., Anikeeva, T. Y., Petrakova, E. E., & Lobkayev, Y. Y. (2013). Identification of basic emotional states in informational communication. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 86, 584–590. doi:10.1016/j.sbspro.2013.08.618
- McCroskey, J. C., Heisel, A. D., & Richmond, V. P. (2001). Eysenck’s big three and communication traits: Three correlational studies. *Communication Monographs*, 68, 360–366.
- McKenna, K. Y. a., & Bargh, J. a. (2000). Plan 9 from Cyberspace: The Implications of the Internet for Personality and Social Psychology. *Personality and Social Psychology Review*, 4(1), 57–75. doi:10.1207/S15327957PSPR0401\_6
- Meier, L. L., Orth, U., Denissen, J. J. a., & Kühnel, A. (2011). Age differences in instability, contingency, and level of self-esteem across the life span. *Journal of Research in Personality*, 45(6), 604–612. doi:10.1016/j.jrp.2011.08.008
- Metzger, M. J. (2007). Communication Privacy Management in Electronic Commerce. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 12(2), 335–361. doi:10.1111/j.1083-6101.2007.00328.x
- Mikal, J. P., Rice, R. E., Abeyta, A., & DeVilbiss, J. (2013). Transition, stress and computer-mediated social support. *Computers in Human Behavior*, 29(5), 40–53. doi:10.1016/j.chb.2012.12.012
- Miller, M. (2011). Welcome to Facebook-It’s Not Just for Kids Anymore. *Facebook for Grown-Ups: Use Facebook to Reconnect with Old Friends, Family, and Co-Workers*. 2<sup>nd</sup> Edition. Pearson Education Inc.



- Miri, M., AliBesharat, M., Asadi, M., & Shahyad, S. (2011). The relationship between dimensions of personality and sexual desire in females and males. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, *15*, 823–827. doi:10.1016/j.sbspro.2011.03.192
- Mitchell, M. E., Lebow, J. R., Uribe, R., Grathouse, H., & Shoger, W. (2011). Internet use, happiness, social support and introversion: A more fine grained analysis of person variables and internet activity. *Computers in Human Behavior*, *27*(5), 1857–1861. doi:10.1016/j.chb.2011.04.008
- Moore, K., & McElroy, J. C. (2012). The influence of personality on Facebook usage, wall postings, and regret. *Computers in Human Behavior*, *28*(1), 267–274. doi:10.1016/j.chb.2011.09.009
- Muscanell, N. L., & Guadagno, R. E. (2012). Make new friends or keep the old: Gender and personality differences in social networking use. *Computers in Human Behavior*, *28*(1), 107–112. doi:10.1016/j.chb.2011.08.016
- Muniz, J., Garcia-Cueto, E., & Lozano, L. M. (2005). Item format and the psychometric properties of the Eysenck Personality Questionnaire. *Personality and Individual Differences*, *38*(1), 61–69. doi:10.1016/j.paid.2004.03.021
- Newheiser, A.-K., & Barreto, M. (2014). Hidden costs of hiding stigma: Ironic interpersonal consequences of concealing a stigmatized identity in social interactions. *Journal of Experimental Social Psychology*, *52*, 58–70. doi:10.1016/j.jesp.2014.01.002
- Nguyen, M. (2011). *Exploring Online Self-Disclosure : Synchronicity, Time, Trust and Relationship Context*, Unpublished doctoral dissertation. University of Sydney.
- Okdie, B. M., Guadagno, R. E., Bernieri, F. J., Geers, A. L., & McLaren-Vesotski, A. R. (2011). Getting to know you: Face-to-face versus online interactions. *Computers in Human Behavior*, *27*(1), 153–159. doi:10.1016/j.chb.2010.07.017
- Orchard, L. J., Fullwood, C., Galbraith, N., & Morris, N. (2014). Individual differences as predictors of social networking. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 1-15. doi:10.1111/jcc4.12068
- Parkinson, B. (2008). Emotions in direct and remote social interaction: Getting through the spaces between us. *Computers in Human Behavior*, *24*(4), 1510–1529. doi:10.1016/j.chb.2007.05.006
- Parks, M. R. & Floyd, K. (1996). Making friends in cyberspace. *Journal of Communication*, *46*, 80-97. Diambil dari <http://jcmc.indiana.edu/vol1/issue4/parks.html>
- Pempek, T. A., Yermolayeva, Y. A., & Calvert, S. L. (2009). College students' social networking experiences on Facebook. *Journal of Applied Developmental Psychology*, *30*, 227–238. doi:10.1016/j.appdev.2008.12.010.
- Pfeil, U. (2009). Online Support Communities. In P. Zaphiris & C. S. Ang (Eds.), *Social Computing and Virtual Communities* (pp. 122–150). New York: CRC Press.
- Percentage of Individuals using the Internet 2000-2012. Di ambil dari <https://www.itu.int/en/ITU-D/Statistics/Documents/facts/ICTFactsFigures2015.pdf>.
- Pornsakulvanich, V., Haridakis, P., & Rubin, A. M. (2008). The influence of dispositions and Internet motivation on online communication satisfaction and relationship closeness. *Computers in Human Behavior*, *24*(5), 2292–2310. doi:10.1016/j.chb.2007.11.003
- Powers, S. R., Rauh, C., Henning, R. a., Buck, R. W., & West, T. V. (2011). The effect of video feedback delay on frustration and emotion communication accuracy. *Computers in Human Behavior*, *27*(5), 1651–1657. doi:10.1016/j.chb.2011.02.003

- Qiu, L., Lin, H., Ramsay, J., & Yang, F. (2012). You are what you tweet: Personality expression and perception on Twitter. *Journal of Research in Personality, 46*(6), 710–718. doi:10.1016/j.jrp.2012.08.008
- Rafnsdottir, H. B. (2012). *Are Emotional Video-Clips More Likely to Elicit False Memories Than Neutral Video-Clips?* Unpublished degree dissertation. Reykjavík University.
- Rains, S. A., & Young, V. (2009). A meta-analysis of research on formal computer-mediated support groups: Examining group characteristics and health outcomes. *Human Communication Research, 35*(3), 309–336.
- Riordan, M. A., & Kreuz, R. J. (2010). Emotion encoding and interpretation in computer-mediated communication: Reasons for use. *Computers in Human Behavior, 26*(6), 1667–1673. doi:10.1016/j.chb.2010.06.015
- Rooney, B., Benson, C., & Hennessy, E. (2012). The apparent reality of movies and emotional arousal: A study using physiological and self-report measures. *Poetics, 40*(5), 405–422. doi:10.1016/j.poetic.2012.07.004
- Ross, C., Orr, E. S., Siscic, M., Arseneault, J. M., Simmering, M. G., & Orr, R. R. (2009). Personality and motivations associated with Facebook use. *Computers in Human Behavior, 25*(2), 578–586. doi:10.1016/j.chb.2008.12.024
- Sani, F. & Todman, J. (2008). Selecting a Statistical Test. *Experimental Design and Statistics for Psychology: A First Course*, John Wiley & Sons.
- Sassenberg, K. A. I., Boos, M., & Rabung, S. (2005). Attitude change in face-to-face and computer-mediated communication: Private self-awareness as mediator and moderator. *European Journal of Social Psychology, 35*, 361–374. doi:10.1002/ejsp.254
- Savicki, V., & Kelley, M. (2000). Computer mediated communication: Gender and group composition. *CyberPsychology and Behavior, 3*, 3817–3826.
- Scealy, M., Phillips, J. G., & Stevenson, R. (2002). Shyness and anxiety as predictors of patterns of Internet usage. *CyberPsychology & Behavior, 6*, 507–515.
- Seidman, G. (2013). Self-presentation and belonging on Facebook: How personality influences social media use and motivations. *Personality and Individual Differences, 54*(3), 402–407. doi:10.1016/j.paid.2012.10.009
- Sheldon, P. (2007). Student Favorite: Facebook and Motives for its Use. *Southwestern Mass Communication Journal, 10*, 39–54.
- Smith, M. A., & Canger, J. M. (2013). Effects of supervisor “Big Five” personality on subordinate attitudes. *Journal of Business and Psychology, 18*(4), 465–481.
- Smulders, F. T. Y., & Meijer, E. H. (2008). Extraversion and performance: A cognitive-energetical approach. *Personality and Individual Differences, 44*(2), 475–486. doi:10.1016/j.paid.2007.09.012
- Sparrevohn, R. M., & Rapee, R. M. (2009). Self-disclosure, emotional expression and intimacy within romantic relationships of people with social phobia. *Behaviour Research and Therapy, 47*(12), 1074–8. doi:10.1016/j.brat.2009.07.016
- Srivastava, S., Angelo, K. M., & Vallereux, S. R. (2008). Extraversion and positive affect: A day reconstruction study of person–environment transactions. *Journal of Research in Personality, 42*(6), 1613–1618. doi:10.1016/j.jrp.2008.05.002
- Staebler, K., Gebhard, R., Barnett, W., & Renneberg, B. (2009). Emotional responses in borderline personality disorder and depression: Assessment during an acute crisis and 8 months later. *Journal of Behavior Therapy and Experimental Psychiatry, 40*(1), 85–97. doi:10.1016/j.jbtep.2008.04.003
- Statistik Malaysia: Taburan Penduduk dan Ciri-ciri Asas Demografi*; Jabatan Perangkaan Malaysia, 2010.

- Stemmler, G., & Wacker, J. (2010). Personality, emotion, and individual differences in physiological responses. *Biological Psychology*, 84(3), 541–51. doi:10.1016/j.biopsycho.2009.09.012
- Subrahmanyam, K. & Greenfield, P. (2008). Online Communication and Adolescent Relationships. *The Future of Children*, 18(1).
- Szwedo, D.E., Mikami, A.Y. & Allen, J.P. (2010). Qualities of peer relations on social networking websites: Predictions from negative mother–teen interactions. *Journal Of Research On Adolescence*, 21(3), 595-607. doi: 10.1111/j.1532-7795.2010.00692.x
- Tanja, E. B. (2009). Using online social networking for teaching and learning: Facebook use at the University of Cape Town. *Communication*, 35(2), 185–200. doi:10.1080/02500160903250648
- Tosun, L. P., & Lajunen, T. (2010). Does Internet use reflect your personality? Relationship between Eysenck’s personality dimensions and Internet use. *Computers in Human Behavior*, 26(2), 162–167. doi:10.1016/j.chb.2009.10.010
- Utz, S. (2010). Show me your friends and I will tell you what type of person you are: How one’s profile, number of friends, and type of friends influence impression formation on social network sites. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 15(2), 314–335. <http://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2010.01522.x>
- Valenzuela, S., Park. N. & Fee, K. F (2008). Lessons from Facebook: The Effect of Social Network Sites on College Students’ Social Capital. International Symposium on Online Journalism. 1-39.
- Heide, B., D’Angelo, J. D., & Schumaker, E. M. (2012). The Effects of Verbal Versus Photographic Self-Presentation on Impression Formation in Facebook. *Journal of Communication*, 62(1), 98–116. <http://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2011.01617.x>
- Velicer, W. F., DiClemente, C. C., & Corriveau, D. P. (1984). Item format and the structure of the Personal Orientation Inventory. *Applied Psychological Measurement*, 8, 409–419.
- Wachter, R. M. (1999). The effect of gender and communication mode on conflict resolution. *Computers in Human Behavior*, 15, 763-782.
- Walther, J. B. (1996). Computer-mediated communication: Impersonal, interpersonal, and hyperpersonal interaction. *Communication Research*, 23(1), 3–43. doi: 10.1177/009365096023001001
- Walther, J. B., & D’Addario, K. P. (2001). The impacts of emoticons on message interpretation in computer-mediated communication. *Social Science Computer Review*, 19, 324–347
- Walther, J. B. (2007). Selective self-presentation in computer-mediated communication: Hyperpersonal dimensions of technology, language, and cognition. *Computers in Human Behavior*, 23(5), 2538–2557. doi:10.1016/j.chb.2006.05.002
- Waite, M.C., Theodoros, D. G., Russell, T. G., & Cahill, L. M. (2012). Assessing children’s speech intelligibility and oral structures, and functions via an Internet-based tele-health system. *Journal Telemed Telecare*, 18(4). 198-203. doi:10.1258/jtt.2012.111116.
- Wang, J.-L., Jackson, L. a., Zhang, D.-J., & Su, Z.-Q. (2012). The relationships among the Big Five Personality factors, self-esteem, narcissism, and sensation-seeking to Chinese University students’ uses of social networking sites (SNSs). *Computers in Human Behavior*, 28(6), 2313–2319. doi:10.1016/j.chb.2012.07.001

- Ward, C. C., & Tracey, T. J. G. (2004). Relation of shyness with aspects of online relationship involvement. *Journal of Social and Personal Relationships*, 21, 611–623.
- Williams, I. M. (2008). *The effects of anticipated future interaction and self disclosure on Facebook*. Unpublished master dissertation. Texas Tech University.
- Wilson, K., Fornasier, S., & White, K. M. (2010). Psychological predictors of young adults' use of social networking sites. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 13(2), 173–177.
- Winter, S., Neubaum, G., Eimler, S. C., Gordon, V., Theil, J., Herrmann, J., & Kramer, N. C. (2014). Another brick in the Facebook wall – How personality traits relate to the content of status updates. *Computers in Human Behavior*, 34, 194–202. doi:10.1016/j.chb.2014.01.048
- Whitty, M. T., & McLaughlin, D. (2007). Online recreation: The relationship between loneliness, Internet self-efficacy and the use of the Internet for entertainment purposes. *Computers in Human Behavior*, 23(3), 1435–1446. doi:10.1016/j.chb.2005.05.003

## BIODATA PELAJAR

Siti Ramizah Khairunnisa Mohd Radzi merupakan pelajar kelulusan Sarjana Muda Komunikasi (Kemanusiaan) di Universiti Putra Malaysia sebelum melanjutkan pengajian ke peringkat Sarjana dalam bidang Komunikasi Kemanusiaan di universiti yang sama. Bidang kajian yang beliau minati bertumpu pada psikologi komunikasi dan komunikasi emosi. Beliau pernah membentangkan kertas kerja di *International Postgraduate Research Colloquium (IPRC2014)* dan *International Conference for Media and Society (iC-MAS2015)*. Selain itu, beliau juga aktif menerbitkan karya kreatif termasuklah beberapa siri cerpen dan puisi dalam media arus perdana.

