

PENGURUSAN PRIVASI FACEBOOK PENJAWAT AWAM: PENGARUH INTENSITI PENGGUNAAN, KEMAHIRAN SWAAWAS DAN ORIENTASI PRIVASI ORGANISASI

MOHD SOBHI BIN ISHAK & JUNAIDI BIN ABD GHANI
UNIVERSITI UTARA MALAYSIA

Abstrak

Facebook adalah medium kegemaran majoriti pengguna media sosial termasuklah penjawat awam di Malaysia. Namun, penjawat awam kini berhadapan dengan isu pengurusan privasi maklumat dalam Facebook yang semakin bercampur aduk antara maklumat organisasi dengan maklumat peribadi. Kajian ini bertujuan mengenal pasti pengaruh intensiti penggunaan Facebook, kemahiran swaawas, dan orientasi privasi organisasi terhadap pengurusan privasi Facebook penjawat awam. Kajian tinjauan keratan rentas dijalankan terhadap penjawat awam yang berkhidmat di agensi kerajaan negeri, persekutuan dan badan berkanun di negeri Kedah. Seramai 138 responden dipilih melalui kaedah persampelan rawak sistematik. Borang soal selidik mengandungi empat instrumen iaitu Skala Intensiti Facebook, Skala Swaawas, Orientasi Privasi Organisasi dan Skala Pengurusan Privasi Facebook. Data dianalisis secara deskriptif dalam bentuk min dan sisihan piawai berbantuan perisian SPSS. Manakala analisis inferensi melibatkan analisis *Partial Least Square-Structural Equation Modelling (PLS-SEM)* berbantuan perisian SmartPLS 3.0. Hasil kajian menunjukkan orientasi privasi organisasi dan kemahiran swaawas memberi pengaruh yang signifikan terhadap intensiti penggunaan Facebook. Selain itu, intensiti penggunaan Facebook, orientasi privasi organisasi dan kemahiran swaawas turut memberi pengaruh yang signifikan terhadap pengurusan privasi Facebook. Kajian ini menjelaskan peranan faktor individu dan persekitaran sosial organisasi dalam menentukan pengurusan privasi Facebook.

Dapatan kajian ini boleh digunakan bagi merangka program untuk meningkatkan pengurusan privasi maklumat dalam talian bagi penjawat awam.

Kata kunci: *Intensiti penggunaan Facebook, kemahiran swaawas, pengurusan privasi organisasi, pengurusan privasi Facebook*

CIVIL SERVANT FACEBOOK PRIVACY MANAGEMENT: THE INFLUENCE ON USAGE INTENSITY, SELF-MONITORING SKILL AND ORGANISATION PRIVACY ORIENTATION

Abstract

Facebook is a favorite medium for majority of social media users, including public servants in Malaysia. However, civil servants are now facing the issue of information privacy management of the Facebook which are increasingly mixed up between the organization's information and personal information. This study aims to identify the effects of intensity of Facebook usage, self-monitoring skill and organization's privacy orientation towards the civil servants' Facebook privacy management. A cross-sectional survey was conducted on civil servants serving in the state and federal agencies, and statutory bodies in Kedah. A total of 138 respondents which were selected through systematic random sampling participated in this study. The questionnaire consists of four instruments namely Facebook Intensity Scale, Self-Monitoring Scale, Organizational Privacy Orientation Scale and Facebook Privacy Management Scale. Data were analyzed descriptively as means and standard deviations using SPSS software. While inferential analysis involved the Partial Least Square-Structural Equation Modeling (PLS-SEM) analysis aided by SmartPLS 3.0 software. Result shows that organization's privacy orientation and self-monitoring skill give significant influences on the intensity of Facebook usage. In addition, the intensity of Facebook usage, organization's privacy orientation and self-monitoring skill also give significant influences on the Facebook privacy management. Thus, this study describes the role of individual factors and social environment of an organization in determining Facebook privacy management. The findings of this study can be used to develop a program to improve the management of online information privacy

for the public servants.

Keywords: *Intensity of Facebook usage, self-monitoring skill, organisation privacy orientation, Facebook privacy management.*

PENGENALAN

Facebook adalah jaringan media sosial yang mempunyai capaian tertinggi semasa waktu bekerja dalam kalangan penjawat awam di Malaysia (MAMPU, 2011). Ia kini diiktiraf satu saluran penting dan mudah bagi penjawat awam mengkomunikasikan dasar kerajaan dan rakyat menyalurkan permasalahan mereka (Perlman, 2012; Campbell, Lambright & Wells, 2014; Ali Hamsa, 2013). Malahan, Facebook telah digunakan secara meluas dalam jabatan-kerajaan di seluruh dunia (Kavanaugh et al., 2012).

Mungkinkah kewujudan media sosial khususnya Facebook telah menyebabkan berlakunya perkongsian maklumat sulit dalam organisasi dengan rakan-rakan di luar organisasi? Beberapa laporan di media menunjukkan bahawa media sosial telah digunakan dalam beberapa kes kebocoran maklumat sulit kerajaan. Antaranya, kebocoran dokumen rahsia kerajaan negeri Johor membabitkan pindaan cuti hujung minggu kepada hari Jumaat (Berita Harian, 18 November 2013) dan kebocoran kertas soalan peperiksaan UPSR 2014 (Bernama, 11 September 2014).

Perkembangan pesat teknologi ternyata telah mencipta persekitaran interaksi tersendiri. Lanskap interaksi berasaskan teknologi yang terjalin telah menyerap dan turut mengubah persekitaran komunikasi dalam organisasi. Persekitaran interaksi Facebook telah menukar bentuk hubungan profesional antara rakan sekerja kepada jalinan persahabatan yang menyeronokkan dan meningkatkan kepuasan diri (Morrison & Nolan, 2007; Turel & Serenko, 2012; Turel, Serenko & Bontis, 2010). Kewujudan media sosial juga telah menyebabkan jurang yang wujud di antara kehidupan peribadi dan kerjaya menjadi semakin kabur (DiMicco, et. al, 2008; Jackson, Yates & Orlikowski, 2007). Dalam konteks penggunaan Facebook, penjawat awam boleh berkongsi maklumat sesama rakan sepejabat atau pihak luar (keluarga, rakan atau penjawat awam yang berlainan jabatan) malah pelbagai lapisan masyarakat apabila mereka itu adalah rakan Facebook penjawat awam berkenaan. Amat jarang seseorang individu membuka akaun Facebook berasingan untuk tujuan rasmi dan persendirian sepertimana penggunaan nombor telefon yang sama untuk tujuan rasmi dan persendirian. Keadaan ini menyebabkan sesuatu maklumat itu sama ada sulit atau sebaliknya boleh dikongsi secara bersama sama ada disedari atau tidak. Oleh itu, perlu wujud tatacara pengurusan privasi yang baik bagi menentukan sejauhmana penjawat awam yang memiliki akaun Facebook membentuk persempadanan privasi maklumat mereka.

Kajian ini secara umumnya bertujuan untuk meneliti dengan lebih mendalam pengurusan privasi Facebook dalam kalangan penjawat awam. Walaupun terdapat kajian terhadap penggunaan Facebook dalam kalangan penjawat pernah dijalankan oleh Unit Pemodenan Tadbiran Dan Perancangan Pengurusan Malaysia (MAMPU), namun kajian berkenaan terhadap kepada ciri penggunaan Facebook sahaja (MAMPU, 2011). Justeru, kajian ini secara khususnya dijalankan bagi mengenal pasti faktor individu yang meliputi aspek kemahiran swaawas (*self-monitoring*) dan intensiti penggunaan (*intensity*) Facebook serta faktor persekitaran iaitu orientasi privasi organisasi terhadap pengurusan privasi Facebook.

TEORI PENGURUSAN PRIVASI KOMUNIKASI (COMMUNICATION PRIVACY MANAGEMENT-CPM)

Teori Pengurusan Privasi Komunikasi (CPM) digunakan untuk melihat sejauh mana seseorang itu boleh mengawal dan mengurus maklumat privasi diri sendiri (Petronio, 2002). Pengurusan privasi maklumat menekankan kepada sempadan privasi yang memfokuskan pendedahan sendiri (*self-disclosure*) sebagai satu cara untuk mengeratkan sesuatu perhubungan. Sempadan yang dibentuk akan dapat membezakan antara maklumat yang bersifat peribadi dan maklumat yang bersifat umum. Sempadan pertama ialah sempadan pemilikan (*boundary ownership*) yang menerangkan tentang siapa yang sepatutnya menentukan sempadan privasi dan setakat mana privasi maklumat tersebut boleh didedahkan. Kedua, sempadan hubungan (*boundary linkage*) pula menerangkan tentang siapa individu lain yang boleh mengetahui privasi maklumat yang dikongsi. Manakala, sempadan terakhir iaitu sempadan kebolehtelapan (*boundary permeability*) pula menerangkan tentang sebanyak mana privasi maklumat berkenaan boleh dikongsi bersama atau sejauh mana dapat menembusi sempadan privasi yang telah ditetapkan (Petronio, 2002). Pengguna Facebook yang menguruskan privasi mereka dengan baik akan menunjukkan kewujudan sempadan kebolehtelapan yang tinggi (Child, Pearson & Petronio, 2009; Petronio, 2002).

INTENSITI PENGGUNAAN FACEBOOK

Intensiti penggunaan Facebook merujuk kepada sejauh mana individu terlibat secara aktif dalam aktiviti Facebook, sejauhmana emosi mereka dipengaruhi oleh Facebook dan sejauh mana Facebook mempengaruhi kehidupan harian mereka (Ellison, Steinfield & Lampe, 2007). Kaedah pengukuran intensiti yang sering digunakan dalam kajian lepas adalah berdasarkan elemen asas iaitu bilangan rakan, kekerapan dan jangka masa penggunaan (antaranya Ryan & Xenos, 2011; Yu, Hsu, Yu & Hsu, 2012; Norsiah, Mohd Sobhi, Syamsul Anuar & Siti Syamsul Nurin, 2013; Mohd Zaidi & Bahiyah, 2013). Skala Intensiti Facebook oleh Ellison, Steinfield & Lampe (2007) didapati mengukur penggunaan Facebook dengan lebih terperinci berbanding pengukuran asas yang dinyatakan.

Individu yang sangat mementingkan hubungan baik dengan rakan didapati

mempunyai kaitan rapat dengan intensiti penggunaan Facebook (Pettijohn, LaPiene & Horting, 2012). Intensiti penggunaan Facebook turut meningkat apabila maklum balas yang positif diterima (Meshi, Morawetz & Heekeren, 2013). Intensiti penggunaan Facebook juga menjadikan mereka lebih cekap dan lebih kerap mengemaskini Facebook mereka (Madden & Smith, 2010; Park, Kee & Valenzuela, 2009). Berdasarkan situasi tersebut, hipotesis berikut dibentuk: **H1:** Intensiti penggunaan Facebook mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap pengurusan privasi Facebook

ORIENTASI PRIVASI ORGANISASI

Orientasi privasi organisasi merangkumi nilai dan kepercayaan berkaitan pendedahan dan pengurusan privasi maklumat yang terbentuk dalam suatu tempoh masa dalam kalangan pekerja (Petronio, 2002). Apabila organisasi membenarkan para pekerjanya untuk bersosialisasi dan bersikap terbuka di antara satu sama lain, maka peningkatan kadar penembusan ke atas privasi maklumat akan tergambar di dalam orientasi privasi mereka (Petronio, 2002). Dalam teori CPM, faktor kontekstual turut ditekankan sebagai salah satu faktor yang mempengaruhi pengurusan privasi (Petronio, 2002). Persekitaran organisasi boleh mempengaruhi keputusan seseorang penjawat awam itu sama ada untuk mendedahkan atau menyembunyikan maklumat peribadi mereka (Kevin, Lori & Bethany, 2010).

Kehadiran media sosial mempengaruhi persekitaran organisasi melalui budaya berkomunikasi secara formal dan tidak formal di pejabat (Brzozowski, Sandholm & Hogg, 2009). Kakitangan yang mempunyai hubungan baik dalam sesebuah organisasi selesa menjadikan rakan sepejabat sebagai rakan Facebook terutamanya orang yang mereka percayai dalam organisasi (Jiang, Jennifer & Lexi, 2014). Peningkatan hubungan ini meningkatkan penggunaan Internet dan seterusnya meningkatkan kebarangkalian yang besar untuk sempadan privasinya ditembusi (Williams 2006; Ross et al., 2009). Oleh itu, orientasi privasi organisasidijangka akan mempengaruhi pengurusan privasi individu. Justeru, hipotesis berikut dibentuk: **H2:** Orientasi privasi organisasi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap pengurusan privasi Facebook.

Komunikasi sama ada atas talian ataupun luar talian memberi impak kepada perhubungan di antara kehidupan personal seseorang itu dengan tugas di waktu pejabat (Haase, Wellman, Witte & Hampton, 2002). Kebanyakan pengguna Facebook meletakkan kepercayaan yang tinggi kepada medium tersebut, walaupun terdapat laporan yang mengatakan adanya berlaku pelanggaran privasi (Acquisti & Gross, 2006; Tufecki, 2008). Namun, mereka yang bertanggapan bahawa kerja mereka bermakna dan setia kepada organisasi akan kurang menggunakan Internet untuk tujuan peribadi (Jia, Jia & Karau, 2013; Garrett & Danziger, 2008). Berdasarkan ulasan literatur yang dibincangkan, hipotesis berikut dibentuk: **H3:** Orientasi privasi organisasi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap intensiti penggunaan Facebook.

KEMAHIRAN SWAAWAS

Kemahiran swaawas (*self-monitoring skills*) adalah proses di mana individu mengawal selia tingkah laku mereka sendiri dengan mempamerkan sifat yang wajar dan dianggap baik oleh orang lain (Snyder, 1974). Sejalan dengan perkembangan penggunaan media sosial pada masa kini, kaedah jalinan hubungan interpersonal turut berubah (Boyd & Ellison, 2007).

Pemaparan identiti di Facebook bergantung kepada kehendak sosial dan sukar ditemui dalam kehidupan realiti (Zhao, Grasmuck & Martin, 2008). Bagi memenuhi keperluan ini pengguna sering menggunakan strategi memanipulasi maklumat (Nadkarni & Hofmann, 2012; Pempek, Yermolayeva & Calvert, 2009). Mereka akan mengawal jumlah dan jenis maklumat yang dipaparkan agar dapat menggambarkan satu imej dan kualiti diri yang baik sehingga dipercayai oleh pengguna lain (Chen & Marcus, 2012; Kim & Lee, 2011; Hall, Park, Song & Cody, 2010). Kajian Child & Agyeman-Bidu (2010) terhadap kemahiran swaawas pengguna blog mendapati kemahiran swaawas mempunyai pengaruh terhadap pengurusan privasi mereka. Dapatan yang sama diperolehi dalam Rosenberg & Egbert (2011) terhadap penggunaan Facebook. Individu yang mempunyai swaawas yang tinggi sanggup bersusah payah bagi memastikan ayat dan bahasa yang digunakan tidak disalah ertikan oleh pembaca. Berdasarkan dapatan kajian tersebut, hipotesis berikut dibentuk: **H4**: Kemahiran swaawas mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap pengurusan privasi Facebook.

Kemahiran swaawas juga mempunyai hubungan dengan intensiti penggunaan Facebook (Hall & Pennington, 2013; Kalpidou, Costin & Morris, 2011). Hall & Pennington (2013) mendapati kemahiran swaawas mempunyai hubungan dengan *cues* yang digunakan dalam Facebook mereka iaitu menyiarkan gambar profil semasa muda dan banyak menggunakan perkataan ringkas semasa mengemaskini status. Keadaan ini mempengaruhi pengurusan privasi Facebook kerana mereka berminat menarik ramai rakan untuk menyukai (*likes*) Facebook mereka. Manakala, kajian Kalpidou, Costin & Morris (2011) terhadap 70 orang pelajar mendapati pelajar junior dan senior berkongsi maklumat yang berbeza dalam profil mereka dan situasi ini turut mempengaruhi intensiti penggunaan Facebook. Berdasarkan kepentingan kemahiran swaawas dalam penggunaan media sosial, hipotesis berikut dibentuk: **H5**: Kemahiran swaawas mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap intensiti penggunaan Facebook.

METODOLOGI

Reka Bentuk Kajian

Kajian berasaskan pendekatan kuantitatif ini menggunakan rekabentuk keratan rentas (*cross-sectional design*). Borang soal selidik digunakan sebagai instrumen untuk meninjau pandangan penjawat awam yang mempunyai akaun Facebook terhadap pemboleh ubah kajian.

Kaedah Persampelan

Populasi kajian ini ialah penjawat awam yang sedang berkhidmat di jabatan dan agensi kerajaan negeri, persekutuan serta badan berkanun di negeri Kedah. Berdasarkan cabutan rawak satu daerah terpilih sebagai lokasi kajian. Jumlah penjawat awam di daerah tersebut ialah 350 orang. Saiz sampel yang diperlukan adalah sekurang-kurangnya 70 berdasarkan jadual penentuan saiz sampel dalam pemodelan persamaan struktur (PLS-SEM) untuk mencapai nilai $R^2 = 0.25$ pada aras signifikan 0.05. (Hair et al., 2014). Jumlah sampel 180 pula diperlukan berdasarkan jadual persampelan Krejcie & Morgan (1970). Penyelidik menggabungkan kedua-dua teknik ini untuk mendapatkan ketepatan minimum jumlah sampel yang boleh berada di antara 70 sehingga 180. Gabungan ini bertujuan membolehkan generalisasi dibuat dan menepati keperluan teknik analisis lanjutan *Partial Least Squares-Structural Equation Modeling* (PLS-SEM) (Hair et al., 2014) dan teknik yang biasa digunakan sebelumnya.

Instrumen Kajian

Borang soal selidik yang mengandungi lima bahagian digunakan sebagai instrumen kajian ini. Bahagian A terdiri daripada maklumat umum berkenaan pemboleh ubah demografi iaitu jantina, umur, tahap perkahwinan, tahap pendidikan, dan bidang perjawatan yang diukur berdasarkan skala pengukuran nominal dan nisbah.

Bahagian B mengandungi item berkaitan pengurusan privasi. Instrumen ini menggunakan skala Pengukuran Pengurusan Privasi Facebook diadaptasi daripada skala Pengurusan Privasi Blog (Child, Pearson & Petronio, 2009) yang mengandungi 18 item dan diukur menggunakan skala sela. Bahagian C mengandungi item bagi Skala Intensiti Facebook (Ellison, Steinfield & Lampe, 2007). Skala ini mengandungi dua sub bahagian iaitu ciri penggunaan Facebook (jam penggunaan dan bilangan rakan) dan lapan item tahap kebergantungan emosi pengguna terhadap Facebook (skala sela). Bahagian D mengandungi 25 item kemahiran swaawas yang diadaptasi daripada skala *self-monitoring scale* (Snyder, 1974) dan diukur menggunakan skala sela. Bahagian E pula mengandungi lima item yang diukur menggunakan skala sela bagi menentukan orientasi privasi organisasi berdasarkan Pengukuran Orientasi Privasi Organisasi (Frampton, 2010). Skala sela lima tahap iaitu daripada 1=sangat tidak setuju hingga 5=sangat setuju diseragamkan dalam pengukuran semua pemboleh ubah yang menggunakan skala sela.

Penganalisisan Data

Data kajian dianalisis menggunakan statistik deskriptif untuk memperihalkan profil responden kajian berbantuan perisian IBM SPSS 19.0. Manakala statistik inferensi digunakan untuk menguji hipotesis kajian dengan menggunakan teknik analisis lanjutan *Partial Least Squares Structural Equation Modeling* (PLS-SEM) melalui perisian SmartPLS 3.0. Penganalisisan data kajian dibentuk berdasarkan model pengukuran reflektif dan model persamaan struktur. Penganalisisan demografi responden melibatkan 138 responden kajian manakala

profil pemilikan dan penggunaan Facebook serta pengujian model kajian hanya melibatkan responden yang mempunyai akaun Facebook sahaja iaitu berjumlah 111 responden.

DAPATAN KAJIAN

Profil Responden

Sebanyak 138 responden terlibat dalam kajian ini terdiri daripada 69 orang (50%) responden lelaki dan 69 orang (50%) responden wanita (Jadual 1). Majoriti responden berumur di antara 30-39 tahun (33.3%). Sebahagian besar responden berkelulusan diploma (32.6%) diikuti oleh Sijil Tinggi Pelajaran Malaysia (23.2%), sarjana muda (19.6%) dan Sijil Pelajaran Malaysia (18.1%).

Majoriti responden berkhidmat sebagai kakitangan sokongan iaitu Kumpulan Sokongan I (42.8%) dan Kumpulan Sokongan II (34.8%). Responden yang berkhidmat dalam kumpulan Pengurusan dan Profesional pula mewakili sebahagian kecil responden iaitu seramai 16 orang (11.6%). Lebih separuh daripada responden (52.2%) pula telah berkhidmat antara 1-10 tahun.

Jadual 1: Taburan Responden mengikut Jantina, Bangsa, Pendidikan dan Latar Belakang Pekerjaan (n=138)

Profil	Kekerapan	Peratus
Jantina		
Lelaki	69	50.0
Perempuan	69	50.0
Umur		
20-29	44	31.9
30-39	46	33.3
40-49	20	14.5
50-60	20	14.5
Pendidikan		
Sarjana	1	0.7
Sarjana Muda	27	19.6
Diploma	45	32.6
SPM	25	18.1
STPM	32	23.2
SRP/PMR	5	3.6
Kumpulan Perjawatan		
Pengurusan & Profesional	16	11.6

Sokongan I	59	42.8
Sokongan II	48	34.8
Tempoh Berkhidmat		
1-10 tahun	72	52.2
11-20 tahun	17	12.3
21-30 tahun	6	4.3
31-40 tahun	10	7.2

Profil Pemilikan dan Penggunaan Facebook

Jadual 2 menunjukkan profil pemilikan akaun Facebook responden kajian. Perbincangan ini adalah berdasarkan jumlah responden yang memiliki akaun Facebook sahaja berjumlah 111 orang responden (80.4%). Berdasarkan jadual tersebut, lebih 80 peratus responden mempunyai akaun Facebook. Kebanyakannya memiliki akaun Facebook di antara 1-5 tahun (58.6%) manakala 38.7 peratus di antara 6-10 tahun. Sebanyak 91.0 peratus memiliki hanya satu akaun Facebook. Terdapat sebahagian kecil mempunyai dua akaun Facebook (5.4%) dan lebih dari tiga akaun Facebook (3.6%). Majoriti responden juga mempunyai rakan Facebook melebihi 200 orang (54.1%). Agihan peruntukan masa melayari Facebook ialah di antara 10-30 minit (33.3%), 31-60 minit (21.6%), 1-2 jam (18.0%) dan lebih dari dua jam (16.2%).

Jadual 2: Taburan Responden Berkaitan Pemilikan dan Penggunaan Facebook

Profil	Kekerapan	Peratus
Adakah anda mempunyai akaun Facebook? (n=138)		
Ya	111	80.4
Tidak	27	19.6
Tempoh Mempunyai Akaun Facebook (n=111)		
1-5 tahun	65	58.6
6-10 tahun	43	38.7
Melebihi 10 tahun	3	2.7
Bilangan akaun Facebook (n=111)		
1 akaun	101	91.0
2 akaun	6	5.4
>3 akaun	4	3.6

Jumlah Rakan Dalam Satu Akaun Facebook (n=111)

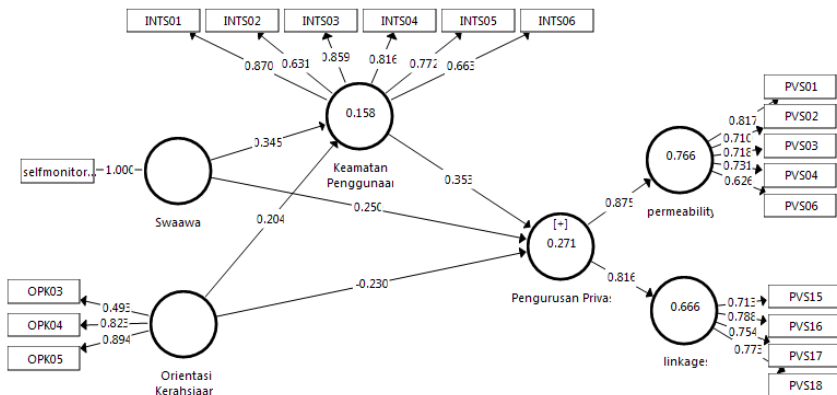
<10 orang	5	4.5
10-50 orang	12	10.8
51-100 orang	13	11.7
101-150 orang	10	9.0
151-200 orang	11	9.9
>200 orang	60	54.1

Tempoh Melayari Facebook (Dalam Sehari) (n=111)

<10 minit	12	10.8
10-30 minit	37	33.3
31-60 minit	24	21.6
1-2 jam	20	18.0
>2 jam	18	16.2

Penilaian Model Hipotesis

Rajah 1 menunjukkan hasil analisis model hipotesis kajian yang memenuhi kriteria penilaian model pengukuran berdasarkan prosedur analisis *Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)* berbantuan perisian SmartPLS 3.0.



Rajah 1. Hasil Analisis Model Hipotesis Kajian

Penilaian Model Pengukuran

Jadual 3 menunjukkan hasil penilaian model pengukuran yang dinilai dari

empat aspek iaitu (1) ketekalan dalaman berdasarkan nilai *alfa cronbach* dan kebolehpercayaan komposit (2) kebolehpercayaan setiap indikator berdasarkan nilai pemuatan faktor (*outer loading*), (3) kesahan konvergen berdasarkan nilai *Average Variance Extracted* (AVE), dan (4) kesahan diskriminan berdasarkan nilai *cross loading*, kriteria Fornell-Larcker dan HTMT (Hair, Hult, Ringel & Sarstedt, 2014).

Penilaian ketekalan dalaman menunjukkan nilai alfa cronbach (α) dan nilai kebolehpercayaan komposit (ρ_c) bagi lima konstruk kajian melebihi 0.7 yang menunjukkan ketekalan dalaman yang baik. Kebolehpercayaan setiap indikator juga dicapai berdasarkan nilai pemuatan faktor melebihi 0.7. Walau pun terdapat beberapa item mempunyai nilai pemuatan yang kurang dari 0.7 tetapi ia masih dikekalkan kerana nilai ρ_c dan AVE telah dicapai pada tahap yang ditetapkan (Hair et al, 2014). Penilaian kesahan konvergen mendapati nilai AVE bagi konstruk kajian ini diterima iaitu Intensiti penggunaan Facebook (AVE=.663) dan Orientasi Privasi Organisasi (AVE=.573). Pengurusan Privasi sebagai konstruk peringkat kedua (*second order*) pula dinilai berdasarkan penilaian terhadap konstruk pertama (*first order*) yang diwakili oleh Sempadan Kebolehtelapan (AVE=.523) dan Sempadan Hubungan (AVE=.574). Justeru nilai AVE=0.392 bagi Pengurusan Privasi tidak menjejaskan penilaian model pengukuran keseluruhan.

Jadual 3: Penilaian Model Pengukuran Kajian

Konstruk	Indikator	λ	ρ_{c_i}	α	ρ_{c_k}	AVE	Diskriminan
Had Diterima		(>0.708)	(>0.501)	(>0.7)	(>0.7)	(>0.5)	
1. Intensiti Penggunaan Facebook	INTS01	0.893	0.797	0.871	0.907	0.663	
	INTS03	0.883	0.780				
	INTS04	0.825	0.681				Ya
	INTS05	0.768	0.590				
	INTS06	0.683	0.466				
2. Orientasi Privasi Organisasi	OPK03	0.476	0.227	0.622	0.791	0.573	
	OPK04	0.832	0.692				Ya
	OPK05	0.895	0.801				

3.Pengurusan Privasi	PVS01	0.706	0.498	0.805	0.852	0.392	
	PVS02	0.628	0.394				
	PVS03	0.637	0.406				
	PVS04	0.629	0.396				
	PVS06	0.561	0.315				Ya
	PVS15	0.630	0.397				
	PVS16	0.660	0.436				
	PVS17	0.596	0.355				
	PVS18	0.574	0.329				
^a Sempadan Kebolehtelapan	PVS01	0.817	0.667	0.769	0.845	0.523	
	PVS02	0.710	0.504				
	PVS03	0.718	0.516				Ya
	PVS04	0.731	0.534				
	PVS06	0.626	0.392				
^b Sempadan Hubungan	PVS15	0.713	0.508	0.752	0.843	0.574	
	PVS16	0.788	0.621				
	PVS17	0.754	0.569				Ya
	PVS18	0.772	0.596				

Nota: a dan b adalah dimensi bagi konstruk Pengurusan Privasi, λ =Pemberatan faktor, ρ_{c_i} =Kebolehpercayaan Indikator, α = alfa cronbach, ρ_{c_K} = Kebolehpercayaan Konstruk, AVE = Kesahan Konvergen

Kesahan diskriminan kajian ini turut dicapai apabila nilai bagi setiap indikator (ditebalkan) mempunyai nilai tertinggi berbanding nilai dengan konstruk yang lain. Konstruk Sempadan Kebolehtelapan dan Sempadan Hubungan adalah konstruk peringkat pertama kepada Pengurusan Privasi (konstruk peringkat kedua). Oleh sebab itu, kesemua item kedua-dua konstruk tersebut juga merupakan ahli kepada konstruk Pengurusan Privasi.

Jadual 4: Pemberatan Silang Antara Item Konstruk Model Pengukuran

Konstruk	Dimensi	Indikator	(1)	(2)	Pengurusan Privasi			(6)
					(3)	(4)	(5)	

Intensiti Penggunaan (1)		INTS01	0.893	0.076	0.455	0.304	0.458	0.283
		INTS03	0.883	0.150	0.341	0.226	0.342	0.276
		INTS04	0.825	0.221	0.236	0.085	0.199	0.298
		INTS05	0.768	0.278	0.320	0.154	0.290	0.190
		INTS06	0.683	0.195	0.082	0.054	0.083	0.272
Orientasi Privasi Organisasi (2)		OPK03	0.159	0.476	0.059	-0.005	0.035	0.076
		OPK04	0.115	0.832	-0.163	-0.140	-0.180	-0.064
		OPK05	0.220	0.895	-0.163	-0.109	-0.165	-0.021
Pengurusan Privasi (5)	Sempadan Kebolehtelapan (3)	PVS01	0.310	-0.058	0.817	0.339	0.706	0.216
		PVS02	0.299	-0.182	0.710	0.314	0.628	0.196
		PVS03	0.265	0.008	0.718	0.337	0.637	0.177
	Sempadan Hubungan (4)	PVS04	0.133	-0.193	0.731	0.301	0.629	0.235
		PVS06	0.350	-0.146	0.626	0.281	0.561	0.264
		PVS15	0.130	-0.177	0.388	0.713	0.630	0.226
		PVS16	0.168	-0.078	0.374	0.788	0.660	0.268
		PVS17	0.108	-0.057	0.300	0.754	0.596	0.260
		PVS18	0.254	-0.069	0.245	0.772	0.574	0.278
Kemahiran Swaawas (6)	selfmon	0.321	-0.024	0.299	0.340	0.375	1.000	

Jadual 5 pula menunjukkan kesahan diskriminan dicapai berdasarkan keputusan analisis penilaian Fornell-Larcker di mana semua nilai punca kuasa dua AVE melebihi nilai korelasi yang ditunjukkan melalui nilai-nilai sebelah bawah pepenjuru jadual kecuali nilai punca kuasa dua AVE bagi Pengurusan Privasi lebih kecil dari nilai korelasi Sempadan Hubungan dan Sempadan Kebolehtelapan. Situasi ini berlaku kerana kedua-dua konstruk berkenaan adalah dimensi kepada konstruk Pengurusan Privasi. Ia tidak menjejaskan pengujian diskriminasi dengan konstruk lain.

Jadual 5: Kriteria Fornell-Larcker

Konstruk	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
Intensiti Penggunaan (1)	0.814					
Orientasi Privasi Organisasi (2)	0.217	0.757				
Pengurusan Privasi (3)	0.359	-0.169	0.626			
Swaawas (4)	0.321	-0.024	0.375	1.000		
Sempadan Hubungan (5)	0.217	-0.127	0.814	0.340	0.757	

Sempadan Kebolehtelapan (6) 0.373 -0.154 0.877 0.299 0.435 **0.723**

Nota: Nilai punca kuasa dua AVE (ditebalkan). Nilai lain adalah nilai korelasi

Jadual 6 menunjukkan keputusan analisis Heterotrait-Monotrait Ratio (HTMT). Nilai korelasi antara konstruk kurang daripada 0.85 yang menunjukkan bahawa semua konstruk adalah berbeza di antara satu sama lain (Hair et al., 2014).

Jadual 6: Nisbah Heterotrait-Monotrait (HTMT)

Konstruk	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
Intensiti Penggunaan (1)						
Orientasi Privasi Organisasi (2)	0.308					
Pengurusan Privasi (3)	0.404	-0.195				
Swaawas (4)	0.348	-0.005	0.420			
Sempadan Hubungan (5)	0.252	-0.164	1.049	0.393		
Sempadan Kebolehtelapan (6)	0.435	-0.175	1.111	0.344	0.568	

HTMT _{.85} < 0.85

Penilaian Model Persamaan Struktur

Penilaian model persamaan struktur dijalankan bagi menentukan kolineariti dan menilai kesignifikan serta kerelevanan hubungan. Jadual 7 menunjukkan bahawa pemboleh ubah orientasi kerahsiaan dan kemahiran swaawas mempunyai nilai *Variance Inflation Factor* kurang dari 5 ($VIF < 5$) terhadap pemboleh ubah intensiti penggunaan Facebook.

Pemboleh ubah intensiti penggunaan Facebook, orientasi privasi organisasi dan kemahiran swaawas pula mempunyai nilai *Variance Inflation Factor* kurang dari 5 ($VIF < 5$) terhadap pemboleh ubah pengurusan privasi. Dapatan ini menunjukkan bahawa tidak wujud kolineariti (pertindanan) di antara pemboleh ubah kajian.

Jadual 7: Penilaian Kolineariti Konstruk

Set Pertama – Intensiti Penggunaan		Set Kedua – Pengurusan Privasi	
Konstruk	VIF	Konstruk	VIF
Orientasi Kerahsiaan	1.001	Intensiti Penggunaan	1.182
Swaawas	1.001	Orientasi Privasi Organisasi	1.060
		Swaawas	1.127

* $VIF < 5$ = Tiada Kolineariti

Jadual 8 menunjukkan hasil analisis kesignifikanan hubungan antara pemboleh ubah yang turut disusun sebagai pengujian hipotesis. Hasil analisis menunjukkan bahawa kesemua hubungan yang diuji menghasilkan kesan yang signifikan pada aras keyakinan 5%.

Intensiti penggunaan Facebook memberi pengaruh positif yang signifikan terhadap pengurusan privasi ($b=0.324$, $t=3.246$, $p=.001$, $CI[.132, 0.516]$) (Hipotesis 1). Dapatan menunjukkan bahawa peningkatan intensiti penggunaan Facebook akan turut meningkatkan pengurusan privasi Facebook. Dapatan ini selari dengan kajian Park, Kee & Valenzuela (2009), Ross et al. (2009) dan Madden & Smith (2010) yang menunjukkan bahawa pengguna Facebook akan menguruskan maklumat serta akaun Facebook mereka dengan lebih cekap disebabkan intensiti penggunaan media berkenaan.

Orientasi privasi organisasi memberi pengaruh negatif yang signifikan terhadap pengurusan privasi Facebook ($b=-0.232$, $t=2.049$, $p=.041$, $CI[-.468, -0.001]$) (Hipotesis 2). Ini menunjukkan bahawa sekiranya Orientasi privasi organisasi (khususnya melibatkan komunikasi bersemuka) adalah tertutup maka pengurusan privasi Facebook akan meningkat. Sebaliknya jika orientasi privasi organisasi adalah terbuka, maka pengurusan privasi Facebook akan berkurang. Hasil dapatan ini bertepatan dengan pandangan Teori CPM yang menunjukkan faktor kontekstual seperti orientasi privasi organisasi sebagai salah satu faktor yang mempengaruhi pengurusan privasi dalam talian (Petronio, 2002).

Orientasi privasi organisasi memberi pengaruh positif yang signifikan terhadap intensiti penggunaan Facebook ($b=0.225$, $t=2.063$, $p=.040$, $CI[.042, 0.394]$) (Hipotesis 3). Ini menunjukkan bahawa keterbukaan orientasi privasi organisasi akan meningkatkan intensiti penggunaan Facebook. Dapatan ini menunjukkan bahawa orientasi privasi di tempat kerja yang melibatkan komunikasi luar talian akan meningkatkan intensiti penggunaan komunikasi secara dalam talian bagi berkongsi maklumat (Haase, Wellman, Witte & Hampton, 2002).

Kemahiran swaawas memberi pengaruh positif yang signifikan terhadap pengurusan privasi ($b=0.266$, $t=3.132$, $p=.002$, $CI[0.079, 0.313]$) (Hipotesis 4). Ini menunjukkan bahawa individu yang mementingkan penampilan imej sosial dan penampilan umum mereka akan turut memastikan penampilan diri mereka semasa berinteraksi menggunakan media sosial (Ellison, Heino, & Gibbs, 2006; Hall, Park, Song, & Cody, 2010).

Kemahiran swaawas turut memberi pengaruh positif yang signifikan terhadap intensiti penggunaan ($b=0.327$, $t=3.342$, $p=.001$, $CI[0.122, 0.422]$). Hasil kajian ini menunjukkan bahawa individu yang mementingkan penampilan diri akan menggunakan Facebook dengan aktif. Dapatan ini selari dengan kajian Child & Agyeman-Bidu (2010) yang menunjukkan kemahiran swaawas mempengaruhi intensiti penggunaan. Individu yang mementingkan penampilan mereka akan lebih kerap mengemaskini akaun mereka (Hall & Pennington, 2013).

Berdasarkan analisis dapatan kajian, lima hipotesis kajian ini (H1-H5) adalah gagal ditolak. Kesemua hipotesis ini juga didapati menghasilkan dapatan yang

selari dengan konsep dan literatur kajian-kajian terdahulu.

Jadual 8: Penilaian Kesignifikan dan Kerelevanan Hubungan Dalam Model Struktur

Hipotesis	Hubungan	β	T	p	95% CI
H1	Intensiti Penggunaan \rightarrow Pengurusan Privasi	0.324	3.246	0.001	[0.132, 0.516]
H2	Orientasi Privasi Organisasi \rightarrow Pengurusan Privasi	-0.232	2.049	0.041	[-0.468, -0.001]
H3	Orientasi Privasi Organisasi \rightarrow Intensiti Penggunaan	0.225	2.063	0.040	[0.042, 0.394]
H4	Kemahiran Swaawas \rightarrow Pengurusan Privasi	0.266	3.132	0.002	[0.079, 0.313]
H5	Kemahiran Swaawas \rightarrow Intensiti Penggunaan	0.327	3.342	0.001	[0.122, 0.422]

Nota: * $p < 0.05$

PERBINCANGAN

Teori Pengurusan Privasi Komunikasi (CPM) menjelaskan bahawa motivasi seseorang akan menentukan sempadan privasinya. Konsep ini jelas dalam konteks intensiti penggunaan Facebook yang didapati mewujudkan perasaan keterikatan dalam sesuatu kumpulan (Grieve et al., 2012). Perasaan keterikatan inilah antara lainnya dapat membentuk keprihatinan mereka terhadap perasaan orang. Dapatan kajian ini menyokong konsep yang dikemukakan oleh CPM bahawa motivasi akan menentukan sempadan privasi. Intensiti penggunaan Facebook dalam kalangan penjawat awam yang digambarkan melalui keterlibatan aktif dalam aktiviti Facebook, pengaruh Facebook terhadap emosi dan pengaruh Facebook terhadap kehidupan harian mereka dapat menunjukkan tahap pengurusan sempadan privasi mereka. Penjawat awam yang mempunyai intensiti penggunaan Facebook yang tinggi akan lebih prihatin terhadap sejauh mana maklumat boleh dikongsikan bersama dengan rakan Facebook lain.

Kajian ini turut mendapati bahawa orientasi privasi organisasi mempengaruhi intensiti penggunaan Facebook dan pengurusan privasi Facebook dalam kalangan penjawat awam. Keterbukaan persekitaran organisasi kerajaan yang membenarkan kakitangan untuk bersosialisasi sesama mereka yang akhirnya menjadikan mereka boleh bersikap terbuka di antara satu sama lain. Orientasi organisasi yang terbuka seperti ini menjadikan mereka selesa untuk merangkaikan rakan sepejabat sebagai rakan Facebook mereka (Jiang, Jennifer, & Lexi, 2014). Apabila sesebuah organisasi menggalakkan komunikasi dan kejelikitan dalam kalangan kakitangan, maka persekitaran terbuka perkongsian maklumat akan terbentuk (Fayard & Weeks, 2007; Brzozowski et. al, 2009).

Hubungan yang terjalin melalui Facebook dalam kalangan kakitangan ternyata telah meningkatkan peluang perkongsian maklumat sesama mereka (Brzozowski, Sandholm & Hogg, 2009). Oleh yang demikian, norma pengurusan komunikasi yang jelas dalam sesebuah organisasi perlu ada untuk menjadikan kakitangan lebih peka terhadap pengurusan sempadan privasi mereka. Keprihatinan terhadap pendedahan maklumat melalui Facebook pasti akan memberi impak positif atau negatif kepada organisasi.

Bagi memastikan pengurusan privasi yang baik, penjawat awam perlu memiliki kemahiran swaawas dalam pengurusan privasi mereka. Mereka perlu lebih berhati-hati terhadap pendedahan maklumat peribadi bagi membentuk sempadan privasi mereka. Dapatan kajian ini adalah selari dengan dapatan kajian lepas yang menunjukkan mereka yang mempunyai kemahiran swaawas akan lebih fleksibel dan mampu mengawal pendedahan maklumat dalam hubungan interpersonal mereka (Child & Budu, 2010; Bello, 2005, Flynn et., 2006). Bertepatan dengan teori CPM, individu yang mempunyai kawalan sempadan privasi akan mempertimbangkan risiko dan faedah sesuatu pendedahan maklumat (Petronio, 2002). Keadaan ini berlaku kerana komunikasi melalui Facebook secara umumnya memberi kebaikan kepada penjawat awam berbanding komunikasi bersemuka kerana ia berlaku secara tidak selari. Oleh itu mereka boleh berfikir dahulu sebelum mendedahkan sesuatu maklumat. Justeru, mereka mempunyai lebih kawalan terhadap privasi mereka. Namun, keadaan sebaliknya mungkin juga berlaku. Kawalan ini menyebabkan mereka mendedahkan maklumat yang lebih terperinci bagi menggambarkan diri mereka yang sebenar sehingga menggugat sempadan privasi mereka (Schouten, Valkenburg, Peter & Antheunis, 2007).

KESIMPULAN

Faktor individu dan faktor organisasi penting dalam menentukan pengurusan privasi maklumat. Kesedaran mengenai pengurusan privasi maklumat dalam talian amat penting bagi memastikan kredibiliti personal seseorang penjawat awam. Dua aspek yang perlu diberi penekanan ialah persekitaran organisasi dan penghargaan sendiri kakitangan. Mereka yang bertanggungjawab bahawa kerja adalah suatu yang bermakna dan mereka yang setia dengan organisasi dapat mengekang penggunaan media sosial bagi tujuan peribadi (Jia, Jia & Karau, 2013; Garrett & Danziger, 2008). Justeru, dua tindakan wajar dipertimbangkan iaitu: (1) program bagi meningkatkan kesetiaan dalam organisasi; dan (2) menganjurkan program bagi menguasai kemahiran swaawas dan penghargaan sendiri dalam kalangan penjawat awam.

Berdasarkan kepada dapatan kajian ini, kajian lanjutan perlu mengambil kira faktor-faktor lain yang dicadangkan dalam teori CPM yang dijangka dapat mempengaruhi penggunaan Facebook dalam perkhidmatan awam. Antaranya ialah perbezaan kriteria utama dalam pengurusan privasi yang disebabkan oleh perbezaan jantina. Kajian lanjutan juga wajar dijalankan bagi menentukan motif-

motif penggunaan Facebook dalam kalangan penjawat awam agar dapat diuji kesannya terhadap pengurusan privasi. Dari aspek norma dan persekitaran sosial pula, pemboleh ubah berkaitan pengurusan dan kepimpinan juga wajar diuji. Konteks kajian yang sama juga boleh diaplikasikan dalam kalangan kakitangan organisasi lain sama ada memfokuskan kepada kementerian yang khusus atau syarikat swasta. Dapatan kajian tersebut kemudiannya boleh dibandingkan dengan dapatan kajian ini supaya corak pengurusan privasi dalam organisasi yang berbeza dapat dikenal pasti. Dapatan kajian tersebut juga dapat digunakan bagi menentukan penanda aras dalam pengurusan privasi organisasi.

BIODATA PENULIS

Dr. Mohd Sobhi bin Ishak adalah Pensyarah Kanan di Pusat Pengajian Teknologi Multimedia dan Komunikasi, Universiti Utara Malaysia. Memiliki PhD (Komunikasi Massa) dari Universiti Putra Malaysia. Mengendalikan pengajaran berkenaan Kaedah Penyelidikan Media, Teori Media, Analisis Statistik dan Psikologi Media. Memfokuskan kajian berkaitan pengaruh dan kesan media terhadap agama, politik dan masyarakat.

Junaidi Abdul Rani adalah pelajar sarjana bidang pengurusan media (penyelidikan). Bertugas sebagai Ketua Penolong Pegawai Daerah (Pembangunan) Pejabat Daerah, Pendang.

RUJUKAN

- Ali Hamsa. (2013). Teks Ucapan sempena Majlis Perasmian Anugerah Perkhidmatan Cemerlang Jabatan Perdana Menteri 2012. Dimuat turun dari www.mampu.gov.my.
- Bello, R. (2005). Situational formality, personality, and avoidance–avoidance conflict as causes of interpersonal equivocation. *Southern Communication Journal*, 70, 285–300.
- Berita Harian. (18 November 2013). 2013). Tak wajar bocor maklumat dokumen rasmi. Dicapai daripada <http://www2.bharian.com.my/articles/Takwajarbocormaklumatdokumenrasmi/Article/>
- BERNAMA. (11 September 2014). Kertas bahasa Inggeris 1 dan 2 UPSR turut bocor - Idris Jusoh. Dicapai daripada <http://www.astroawani.com/news/show/kertas-bahasa-inggeris-1-dan-2-upsr-turut-bocor-idris-jusoh-43720>
- Brzowski, M. J., Sandholm, T., & Hogg, T. (2009, May). Effects of feedback and peer pressure on contributions to enterprise social media. In *Proceedings of the ACM 2009 international conference on Supporting group work* (pp. 61-70). ACM.
- Campbell, D. A., Lambright, K. T., & Wells, C. J. (2014). Looking for friends, fans, and followers? Social media use in public and nonprofit human services. *Public administration review*, 74(5), 655-663.
- Chen, B., & Marcus, J. (2012). Students' self-presentation on Facebook: An examination of personality and self-construal factors. *Computers in Human Behavior*, 28, 2091–2099. <http://dx.doi.org/10.1016/j.chb.2012.06.013>.
- Child, J. T., Pearson, J. C., & Petronio, S. (2009). Blogging, communication, and privacy management: Development of the blogging privacy management measure. *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, 60, 2079–2094.
- DiMicco, J., Millen, D. R., Geyer, W., Dugan, C., Brownholtz, B., & Muller, M. (2008, November). Motivations for social networking at work. In *Proceedings of the 2008 ACM conference on Computer supported cooperative work* (pp. 711-720). ACM.
- 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.
- Fayard, A. L., & Weeks, J. (2007). Photocopiers and water-coolers: The affordances of informal interaction. *Organization studies*, 28(5), 605-634.
- Flynn, F. J., Reagans, R. E., Amanatullah, E. T., & Ames, D. R. (2006). Helping one's way to the top: Self-monitors achieve status by helping others and knowing who helps whom. *Journal of Personality and Social Psychology*, 91, 1123–1137.

- Frampton, B. R. D. (2010). Managing Facebook Friend Requests in Workplace Relationships: *An Application of Communication Privacy Management Theory* (Doctoral dissertation, Kent State University).
- Grieve, R., Indian, M., Witteveen, K., Tolan, G. A., & Marrington, J. (2013). Face-to-face or Facebook: Can social connectedness be derived online? *Computers in Human Behavior*, 29(3), 604-609.
- Haase, A. Q., Wellman, B., Witte, J., & Hampton, K. (2002). Capitalizing on the Internet: Social contact, civic engagement, and sense of community. In B. Wellman & C. Haythronthwaite (Eds.), *The Internet and Everyday Life* (pp. 291-394). Oxford, UK: Blackwell.
- Hair, J. F., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2011). PLS-SEM: Indeed a silver bullet. *The Journal of Marketing Theory and Practice*, 19(2), 139-152.
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2014). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*. Thousand Oaks: Sage.
- Hall, J. A. & Pennington, N. (2013). Self-monitoring, honesty, and cue use on Facebook: The relationship with user extraversion and conscientiousness. *Computers in Human Behavior*, 29, 1556-1564.
- Hall, J.A., Park, N., Song, H., & Cody, M.J. (2010). Strategic misrepresentation in online dating: The effects of gender, self-monitoring, and personality traits. *Journal of Social and Personal Relationships*, 27 (1), 117-135
- Jackson, A., Yates, J., & Orlikowski, W. (2007). Corporate Blogging: Building community through persistent digital talk. In *System Sciences, 2007. HICSS 2007. 40th Annual Hawaii International Conference on* (pp. 80-80). IEEE.
- Jia, H., Jia, R., & Karau, S. (2013). Cyberloafing and personality: The impact of the Big Five traits and workplace situational factors. *Journal of Leadership & Organizational Studies*, 20, 358-365. doi:10.1177/1548051813488208
- Jiang, Y., Jennifer L. H., & Lexi, P.(2014). Coworkers and Supervisors on Facebook? Effect of Workplace Friendship, Trust, and Sex. *Psi Chi Journal of Psychological Research*, 19 (3), 144-153
- Kalpidou, M. Costin, D., & Morris, J. (2011). The relationship between facebook and the well-being of undergraduate college students. *Cyberpsychology, Behavior, And Social Networking*, 14(4). Doi: 10.1089/cyber.2010.0061
- Kavanaugh, A., Yang, S., Sheetz, S., Tzy, L., & Fox, E. (2011). Between a Rock and a Cell Phone: Social Media Use during Mass Protests in Iran, Tunisia and Egypt. *ACM Trans. Of CHI*, 1(1), 1-10.
- Kevin, P., Lori, B. & Bethany, V. (2010) The Use of Alternative Social Networking Sites in Higher Educational Settings: A Case Study of the E-Learning Benefits of Ning in Education. *Journal of Interactive Online*

Learning, 9(2), summer 2010.

- Kim, J., & Lee, J. E. R. (2011). The Facebook paths to happiness: Effects of the number of Facebook friends and self-presentation on subjective well-being. *Cyberpsychology, Behavior and Social Networking*, 14, 359–364.
- Madden, M. & Smith, A. (2010). Reputation Management and Social Media. *Pew Internet & American Life Project*.
- MAMPU. (2011). Amalan Terbaik Penggunaan Media Jaringan Sosial di Sektor Awam. Dimuat turun daripada www.mampu.gov.my.
- Meshi, D. Morawetz, C. & Heekeren, H. R. (2013). Nucleus accumbens response to gains in reputation for the self relative to gains for others predicts social media use. *Frontiers in Human Neuroscience*, <http://dx.doi.org/10.3389/fnhum.2013.00439>.
- Mohd Zaidi, M. & Bahiyah, O. (2013). Motif dan kekerapan penggunaan facebook dalam kalangan pelajar universiti. *Jurnal Komunikasi*, 29(1), 35-54.
- Morrison, R. L., & Nolan, T. (2007). Too much of a good thing? Difficulties with workplace friendships. *Business Review*, 9, 33-41.
- Nadkarni, A., & Hofmann, S. G. (2012). Why do people use Facebook?. *Personality and Individual Differences*, 52, 243–249.
- Norsiah, A. H. , Mohd Sobhi, I., Syamsul Anuar, I., & Siti Syamsul Nurin, Y. (2013). Social media usage among university students in Malaysia. *Social Media and the New Academic Environment: Pedagogical Challenges*, 244-255.
- Park, N., Kee, K. F., & Valenzuela, S. (2009). Being immersed in social networking environment: Facebook groups, uses and gratifications, and social outcomes. *CyberPsychology & Behavior*, 12(6), 729-733.
- 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. <http://dx.doi.org/10.1016/j.appdev.2008.12.010>.
- Perlman, B. J. (2012). Social Media Sites at the State and Local Levels Operational Success and Governance Failure. *State and Local Government Review*, 44(1), 67-75.
- Petronio, S. (2002). *Boundaries of Privacy: Dialectics of Disclosure*. Albany, NY: State University of New York Press.
- Pettijohn, T. F. II, LaPiene, K. E., Pettijohn, T. F., & Horting, A. L. (2012). Relationships between Facebook Intensity, Friendship Contingent Self-Esteem, and Personality in U.S. College Students . *Cyberpsychology: Journal of Psychosocial Research on Cyberspace*, 6(1). doi: 10.5817/CP2012-1-2
- Rosenberg, J. & Egbert, N. (2011). Online Impression Management: Personality Traits and Concerns for Secondary Goals as Predictors of Self-Presentation Tactics on Facebook. *Journal of Computer-Mediated*

Communication, 17(1), 1–18.

- Ross, C., Orr, E. S., Sisic, M., Arseneault, J. M., Simmering, M. G., & Orr, R. R. (2009). Personality and motivations associated with Facebook use. *Computers in Human Behaviors, 25*, 578-586.
- Ryan, T. & Xenos, S. (2011). Who uses Facebook? An investigation into the relationship between the Big Five, shyness, narcissism, loneliness, and Facebook usage. *Computers in Human Behavior, 27(5)*, 1658–1664.
- Snyder, M. (1974). Self-monitoring of expressive behavior. *Journal of Personality and Social Psychology, 30(4)*, 526-537.
- Turel, O., & Serenko, A. (2012). The benefits and dangers of enjoyment with social networking websites. *European Journal of Information Systems, 21(5)*, 512-528.
- Turel, O., Serenko, A., & Bontis, N. (2010). User acceptance of hedonic digital artifacts: A theory of consumption values perspective. *Information & Management, 47(1)*, 53-5
- Williams, J. P. (2006). Authentic identities: Straightedge subculture, music and the internet. *Journal of Contemporary Ethnography, 35*, 173-200.
- Yu, S., Hsu, W., Yu, M., & Hsu, H. (2012). Is the use of Social Networking Sites Correlated with Internet Addiction? Facebook Use among Taiwanese College Students. *International Scholarly and Scientific Research & Innovation, 6(8)*, 1399-1401.
- Zhao, S., Grasmuck, S., & Martin, J. (2008). Identity construction on Facebook: Digital empowerment in anchored relationships. *Computers in Human Behavior, 24*, 1816–1836. <http://dx.doi.org/10.1016/j.chb.2008.02.012>.