

Konstruksi Identiti Dalam Talian daripada Perspektif Pengguna Facebook

JAMILAH MALIKI
NORMAH MUSTAFFA
MOHD NOR SHAHIZAN ALI
Universiti Kebangsaan Malaysia

ABSTRAK

Setiap individu mempunyai identiti tersendiri sama ada di luar talian mahupun dalam talian. Identiti sendiri yang dikonstruksi memiliki keunikan serta perbezaan tersendiri yang membolehkan individu dikenali oleh orang lain. Walaupun terdapat banyak kajian yang mengkaji konstruksi identiti sendiri, khususnya dalam bidang komunikasi silang budaya tetapi faktor-faktor yang digunakan oleh individu dalam membentuk identiti dalam talian belum diterokai sepenuhnya. Kajian ini menyelidik bagaimana pemilik akaun *Facebook* menggunakan literasi media dalam mengkonstruksi identiti dalam talian. Objektif kajian ini adalah untuk menganalisis bagaimana pengetahuan, emosi dan kemahiran membantu individu mengkonstruksi identiti sendiri dalam talian. Kajian ini menggunakan kaedah penyelidikan campuran untuk menyelidik bagaimana literasi media digunakan dalam mengkonstruksi identiti sebenar, unggul ataupun samaran dalam talian. Seramai 400 pelajar yang mengikuti program komunikasi di Universiti Kebangsaan Malaysia, Universiti Malaya, Universiti Putra Malaysia dan Universiti Sains Malaysia dipilih sebagai responden dalam kajian tinjauan. Mereka menjawab borang soal selidik yang mengukur hubungan pemboleh ubah bebas dan bersandar dalam kajian ini. Hasil kajian merumuskan literasi media menyumbang kepada faktor terhadap konstruksi identiti dalam talian oleh seseorang individu. Sungguhpun demikian, terdapat faktor lain yang turut mempengaruhi konstruksi yang tidak diteroka dalam kajian ini. Justeru, kajian masa depan disyorkan melihat penerimaan orang lain terhadap identiti yang dikonstruksi oleh individu dalam talian.

Keywords: *Identiti dalam talian, literasi media, pengetahuan, emosi, kemahiran.*

Construction of Online Identity from the Facebook Users Perspective

ABSTRACT

Each individual has his or her own offline or online identity. A unique and different constructed self-identity allows an individual to be recognized by others. Even though, previous studies have been done on the construction of self-identity, especially in the field of intercultural communication but the factors involved in constructing of online identity has not been investigated thoroughly. This study investigates how owners of Facebook accounts use media literacy in the construction of online identities. The objective of this study is to analyze how knowledge, emotions and skills are used by an individual to construct his or her online identity. The research was conducted by using mixed method approach to examine how media literacy is used to construct real, ideal or fake online identities. A total of 400 students who are pursuing communications programs at Universiti Kebangsaan Malaysia, Universiti Malaya, Universiti Putra Malaysia and Universiti Sains Malaysia were chosen as respondents in a survey. They are given a set of questionnaire that was developed to measure the relationship between the independent and dependent variables in the study. The results showed that media literacy is used by an individual to construct his or her online identity. The findings indicated that media literacy was used in the online identity construction by an individual. However, there are other factors that also affect the online identity construction that is not explored

in this study. Thus, future studies should look at the acceptance of the constructed online identity by other people.

Keywords: *Online identity, media literacy, knowledge, emotion, skills.*

PENGENALAN

Kepelbagaian media sosial memudahkan pemilik sesuatu akaun untuk mewujudkan pelbagai identiti di Internet. Media sosial membolehkan pemilik akaun untuk memuat naik gambar, malah boleh menulis status serta pelbagai kemudahan lain lebih mendapat perhatian (Boyd, 2004). Semuanya ini membentuk identiti sendiri pemilik akaun media sosial dalam talian. Pemaparan identiti sebegini sudah menjadi sebahagian daripada gaya hidup manusia masa kini (Siti Ezaleila Mustafa & Azizah Hamzah, 2010).

Identiti individu terserlah melalui profil yang dipapar dalam *Facebook* dan ini diterima sebagai identiti maya setiap penggunanya (Boyd, 2004; Boyd & Heer, 2006). Malah imej yang dipamer di *Facebook* memaparkan identiti dan realiti sosial yang dikonstruksi oleh pemilik (Farquhar, 2012). Walaupun terdapat kajian yang telah dijalankan berkaitan dengan penggunaan laman jaringan sosial dalam kalangan belia Malaysia (Samsudin & Latiffah, 2000, 2003; Mohd Zaidi & Bahiyah Omar, 2013), namun kajian-kajian ini memerhatikan pembentukan identiti baharu yang wujud hasil daripada penggunaan media sosial yang tinggi dalam kalangan belia Malaysia terutama *Facebook*, *Twitter*, *Instagram* dan *YouTube*. Kajian-kajian ini berhujah bahawa pembentukan identiti sebagai tingkah laku pemilik yang mencorakkan identiti mereka mengikut kemahuan ataupun apa yang diangan-angankan oleh individu.

Konstruksi identiti dimungkinkan kerana wujudnya komunikasi berasaskan komputer (Turkle, 1995, hlm.14). Turkle berhujah bahawa media sosial membolehkan individu mengkonstruksi dan kemudian mengkonstruksi semula identitinya. Malah identiti yang dibentuk dalam talian dipersembahkan dalam bentuk yang diubah suai secara berulang kali serta disesuaikan mengikut keadaan dan situasi (Zhao, Grasmuck & Martin, 2008). Konstruksi identiti sering kali dilihat sebagai bersifat peribadi yang dimulakan oleh pemiliknya. Namun, konstruksi ini turut dipengaruhi hasil interaksi dengan individu lain dalam alam siber yang menjadi "kawan". Kawan di sini mungkin sahaja kawan lama dalam alam nyata ataupun kawan baharu yang dikenali dalam alam siber (Smith, 1998).

Perubahan konstruksi identiti seperti yang dimaksudkan menuntut individu menggunakan media secara literasi. Hal ini demikian kerana penggunaan media sosial bukan sahaja melibatkan amalan literasi berasaskan pengetahuan memahami dengan mengguna, bahkan melibatkan kemahiran membina dan berkongsi mesej komunikasi dalam bentuk integrasi teks, foto, animasi, audio dan visual (Davis, 2012). Integrasi pembinaan dan perkongsian makna yang dicipta melalui foto, animasi, audio dan visual ini seterusnya memberi peluang kepada individu sebagai pengguna media sosial untuk membina identiti dan menjalankan pelbagai tindakan sosial melalui amalan-amalan literasi yang mereka ada (Davis, 2012).

Justeru, kajian ini menyelidik bagaimana individu mengkonstruksikan identiti sendiri dalam talian. Andaian bagi kajian ini ialah individu itu dapat mengesahkan identiti kendirinya sendiri tanpa memerlukan orang lain mengesahkan berdasarkan pengetahuan, emosi dan kemahiran yang dimiliki. Keadaan ini membolehkan individu mengkonstruksi identiti sendiri dalam talian. Jenkins (2009) berhujah bahawa pengguna media sosial memerlukan pengetahuan dan kemahiran untuk melibatkan diri dalam media sosial.

Pengetahuan bukan setakat mempelajari menerusi buku ataupun kelas-kelas formal (Gergen & Gergen, 1981). Pengetahuan menggunakan media sosial diperolehi daripada interaksi dengan orang lain. Interaksi dengan orang lain meningkatkan pengetahuan tentang bagaimana untuk menggunakan media sosial. Pengetahuan turut dipertingkatkan menerusi pengalaman melakukannya. Oleh sebab itu, dalam kajian ini, perspektif literasi media yang ditekankan ialah bukan setakat pengetahuan dan kemahiran sahaja. Yang perlu ditekankan ialah emosi. Gabungan ketiga-tiga faktor ini membantu pemilik akaun *Facebook* membuat konstruksi identiti sendiri dalam talian. Identiti ini dikonstruksi apabila berinteraksi dengan "rakan-rakan" dalam talian.

Emosi yang bersifat pengalaman indera dengan kesan kognitif minimum bergantung kepada situasi akan mempengaruhi interaksi sosial (Marx, 1976). Emosi biasanya dirangsangkan oleh situasi yang dialami oleh seseorang individu. Rangsangan dapat dikesan melalui kesedaran yang menyebabkan perubahan tingkah laku. Emosi-emosi ini termasuklah gembira, sedih, marah, teruja dan takut. Emosi menyebabkan tindak balas yang dipamerkan dalam tingkah laku. Bentuk perlakuan yang dikaitkan dengan sesuatu emosi bergantung kepada jenis emosi yang dialami oleh seseorang itu. Dengan kata lain, Denham et al. (2007) berhujah bahawa emosi mempunyai fungsi dalam interaksi sosial. Literasi media digunakan apabila seseorang itu mencapai dan mentafsir maklumat daripada media massa. Perkara ini tersirat dalam definisi Potter (2008, hlm.19) yang ditakrifkan sebagai "satu set perspektif yang kita gunakan secara aktif apabila mendedahkan diri kepada media untuk mentafsir makna mesej yang dijumpai." Definisi ini sesuai untuk digunakan apabila seseorang itu menggunakan media massa. Mesej dalam media massa dikonstruksi oleh pemilik media tradisional.

Kewujudan media sosial memerlukan definisi literasi media yang dikemukakan oleh Potter (2008) untuk dilihat semula. Takrifan asal perlu diubah suai untuk mengambil kira faktor emosi sebagai salah satu komponen dalam literasi media seseorang individu. Takrifan semula ini diperlukan dalam media sosial apabila pemilik akaun menjadi pengguna dan pengeluar mesej tidak hanya ditentukan oleh pengetahuan dan kemahiran tetapi juga tahap emosi semasa. Literasi media dalam kajian ini didefinisikan sebagai satu set perspektif merangkumi pengetahuan, emosi dan kemahiran yang digunakan secara aktif oleh pengguna untuk mentafsir dan mengolah makna dalam mengkonstruksikan identiti sendiri dalam talian. Tiga faktor dalam literasi media yang dikaji ialah pengetahuan, emosi dan kemahiran.

Identiti dalam alam nyata sukar diubah oleh pemiliknya kerana maknanya ditentukan oleh orang lain dalam interaksi sosial yang berlaku (Alcoff, 2003). Pendapat Alcoff ini sebenarnya sama dengan apa yang dibangkitkan oleh Mead (1934) bahawa identiti berupa cerminan pendapat orang lain terhadap diri seseorang. Dalam konteks ini, identiti alam nyata dilihat sebagai apa yang ditafsir orang lain sebagai identiti seseorang individu. Keadaan ini menyukarkan seseorang individu membuat persepsi tentang dirinya sendiri. Persepsi sendiri perlu dipamerkan kepada orang lain dan orang lain yang mengesahkan hakikat persepsi itu. Dengan kata lain, individu tidak dapat mengawal sepenuhnya identitinya sendiri.

Bertitik tolak daripada konsepsi Mead (1934) dan Alcoff (2003) tentang identiti seseorang individu, kajian ini menyelidik bagaimana individu mengkonstruksikan identiti kendirinya dalam talian. Andaiannya ialah individu itu dapat mengesahkan identiti kendirinya sendiri tanpa memerlukan orang lain mengesahkannya. Keadaan ini

mbolehkan individu membuat konstruksi identiti sendiri dalam talian. Konstruksi identiti sendiri dalam talian tidak berlaku dalam vakum, tetapi berdasarkan interaksi dengan orang lain. Maklum balas yang diterima daripada interaksi sosial ini diandaikan mempengaruhi bagaimana seseorang individu mengkonstruksikan identiti dalam talian. Konstruksi identiti dalam talian membolehkan seseorang itu melihat, mengetahui dan menilai bagaimana penerimaan identiti dalam taliannya secara langsung. Individu tidak memerlukan orang lain menjelaskan identitinya seperti identiti dalam alam nyata.

Dalam kajian ini, identiti dalam talian ditakrifkan sebagai ciri-ciri yang dipamerkan oleh seseorang yang membezakannya dirinya daripada orang lain dalam media sosial. Identiti ini bersifat sendiri dan bukannya identiti kumpulan. Identiti ini tidak bersifat tetap tetapi boleh dikonstruksikan mengikut kemahuan pemilik akaun sosial berdasarkan interaksi sosial yang berlaku antara individu dengan “rakan-rakan” *Facebook*. Konstruksi identiti dalam talian ini dipengaruhi oleh ilmu literasi media, emosi dan kemahiran yang dimiliki oleh seseorang.

KAJIAN LITERATUR

Terdapat banyak pendekatan yang digunakan dalam menyelidik identiti. Sesetengah penyelidik mengkaji fenomena identiti ini dari sudut sendiri (*self*), kumpulan ataupun masyarakat. Identiti seseorang individu dapat dilihat berkongsi dengan orang lain dalam kumpulannya apabila dia bergabung atau dikelompokkan dalam sesuatu kumpulan. Hogan (2010) menggunakan perspektif interaksi simbolik dalam meneliti tentang persembahan dan pemaparan sendiri dalam talian. Beliau berhujah bahawa dunia dalam talian adalah dianggap sebagai sebuah pentas. Pengguna adalah aktor yang mempersembah diri mereka untuk dipaparkan kepada khalayak. Simbol seperti teks, gambar, profil adalah artifak yang bertindak sebagai representasi kepada sendiri. Artifak dalam talian bersifat mudah dicari (atau diperbaharui). Hogan (2010) juga berhujah bahawa kebolehan mentadbir urus artifak yang sedemikian membolehkan individu berinteraksi secara lebih bebas dalam talian, iaitu melalui proses menyaring, menukar, dan berkongsi simbol dengan aktor lain (individu lain) dalam talian (rakan *online*). Dengan kata lain, pemahaman dan kemahiran individu memilih, memuat naik dan mempersembah artifak dalam talian merupakan unsur penting bagi seseorang individu untuk mengkonstruksi paparan diri yang mereka inginkan dalam talian.

Dengan membandingkan kepuasan penggunaan *Facebook* dan pesanan ringkas dalam kalangan penuntut universiti, Quan-Haase dan Young (2010) telah melakukan tinjauan terhadap 77 responden serta menjalankan temu bual dengan 21 orang peserta yang mempunyai akaun *Facebook*. Kajian ini mendapati bahawa kepuasan penggunaan *Facebook* mencakupi masa silam, cinta, fesyen, berkongsi masalah, bersosial dan informasi sosial. Malah, responden dan peserta mendedahkan bahawa selain menggunakan *Facebook* untuk berhibur dan mengetahui aktiviti sosial, mereka turut menggunakan pesanan ringkas dalam mengekalkan dan membangun hubungan dengan rakan dan kenalan. Yang tidak dijelaskan dalam kajian ini ialah hubungan antara pesanan ringkas dengan pembentukan identiti.

Denninger (2011) pula telah menjalankan kajian tentang interpretasi pengguna terhadap identiti dalam talian. Fokus kajian adalah pengguna laman sosial terutamanya pengguna *Facebook*. Beliau menjalankan kajian dengan meneroka interpretasi identiti dan hubungannya dengan pembentukan identiti sendiri dalam talian untuk memahami pengaruh penggunaan *Facebook* terhadap representasi sendiri dalam talian. Analisis meta terhadap 50 kajian lepas yang mana tiga daripanya dikupas secara mendalam. Denninger

menekankan bahawa kajian berkaitan *Facebook* dan SNS sebelum ini adalah terhad kepada fungsi identiti sendiri dan hubungan dengan komunikasi dan teori organisasi. Analisis para sarjana pula memfokus kepada penggunaan global terhadap *Facebook* yang dianggarkan sehingga mencapai 600 juta pengguna pada tahun 2010. Ciri-ciri seperti profil, *newsfeed*, album gambar, dan pautan membantu pembentukan kerangka identiti sendiri. Justeru, Denninger mencadangkan kajian masa depan menumpukan kepada penilaian semula identiti dalam talian dan kredibiliti *Facebook* dalam ruang media baharu.

Farquhar (2012) pula meneliti proses sosial dan peranan imej, terutama gambar foto dalam mempersembahkan identiti. Dalam kajian ini, Farquhar turut meneroka bagaimana pengguna menginterpretasi identiti berdasarkan paparan imej dalam laman *Facebook*. Berdasarkan kajian beliau, Farquhar menjelaskan bahawa minda memainkan peranan dalam pemilihan gambar (imej) yang dipaparkan dalam *Facebook*. Gambar profil didapati mempunyai ikatan dengan tanggapan pertama terhadap individu. Namun terdapat gambar berunsur negatif yang dimuat naik oleh pengguna tanpa memikirkan respon negatif; dengan alasan untuk diterima oleh kumpulan sasaran. Secara ringkasnya, pengguna *Facebook* sedar tentang peranan gambar dalam memaparkan identiti mereka. Mereka memilih gambar untuk memaparkan identiti dalam talian seperti yang dikehendaki.

Selain konstruksi pemaparan dan persembahan sendiri dalam talian, keperluan berfikir secara aktif sebagai keperluan konstruksi identiti diri dalam talian turut menjadi tumpuan penyelidikan dalam kalangan sarjana. Dengan seramai 346 orang pelajar sebagai sampel, Peluchette dan Karl (2010) mendapati pengguna berfikir secara aktif tentang imej yang ditonjolkan mereka di *Facebook*. Pengguna yang dirasakan menumpu perhatian kepada tugas kerja atau tanggungjawab sebagai pelajar kurang memaparkan imej yang tidak sesuai berbanding yang cenderung memaparkan imej berbau rayuan seksual, liar dan ofensif. Responden juga turut memberikan pandangan berbeza apabila disoal tentang reaksi berkaitan profil. Apabila paparan di akaun diperhati oleh orang lain, mereka berasa lebih terdorong untuk meneruskan rentak profil yang sama. Malah, tidak ketinggalan juga yang merasakan lebih yakin apabila lebih ramai melihat profil mereka (Gonzales & Hancock, 2011). Lebih ramai pengunjung yang memerhati profil berkenaan, maka keyakinan diri pemilikinya semakin meningkat. Dengan kata lain, tahap kekerapan interaksi sosial mempengaruhi identiti seseorang itu. Interaksi ini memerlukan pengguna berfikir secara aktif identiti yang ditonjolkan dalam *Facebook*.

Berzonsky (2008) pula mengaitkan identiti dalam talian dengan tahap pengetahuan seseorang individu. Dalam hal ini, identiti dikonsepsikan sebagai satu proses konstruksi peribadi secara kognitif. Individu membentuk rangka peribadinya dengan berpandukan kebolehan diri menginterpretasi informasi yang relevan, cara menyelesaikan masalah serta proses membuat keputusan. Kajian Berzonsky (2008) yang meneliti bagaimana individu memilih informasi yang dipaparkan dalam laman peribadi yang bertindak sebagai perwakilan kepada diri individu berkenaan dalam talian. Kajian ini telah mengaitkan informasi yang dipaparkan dalam laman peribadi dalam talian dengan persembahan sendiri individu. Berzonsky menjelaskan bahawa proses kognitif sangat berkait rapat dengan proses pembentukan identiti sama ada persembahan identiti secara solo mahupun pelbagai. Kajian ini mengesahkan pengetahuan penting apabila seseorang itu ingin mengkonstruksikan identiti dalam talian.

Daripada dapatan kajian-kajian yang telah dibincangkan, dapat difahami bahawa semasa berinteraksi, identiti individu terserlah dalam imej yang dipaparkan dan individu itu memberi maklum balas kepada individu lain berdasarkan imej dipaparkan mereka (Cooley, 1902). Seseorang turut memerhati dan menilai imej yang dipaparkan oleh individu lain yang berpengaruh dan ini mencetuskan konstruksi identiti berterusan sehingga identiti yang dikonstruksi semula diselaraskan dengan kumpulan yang disertainya (Mead, 1934). Apabila konstruksi semula identiti ini mendapat maklum balas positif daripada orang lain, individu bertambah yakin dengan apa yang dilakukannya (Peter et al., 2006). Yang tidak dijelaskan dalam kajian-kajian ini ialah bagaimana interaksi ini mencetuskan identiti dalam talian. Denham et al. (2007) berhujah bahawa emosi sememangnya mempengaruhi interaksi sosial di luar talian atau alam nyata. Kajian ini menyelidik bagaimana emosi mempengaruhi konstruksi identiti dalam talian.

Dalam pada itu, kemajuan teknologi komunikasi, fenomena konstruksi identiti semakin menarik perhatian para pengkaji untuk menyelidikinya. Individu bukan sekadar mengkonstruksi identiti secara luar talian malah boleh mengkonstruksi semula identiti secara dalam talian dengan adanya kemudahan teknologi berasaskan internet (Turkle, 1995). Walau bagaimanapun, kajian-kajian sebelum ini tidak mengkaji sumber-sumber peribadi yang perlu dimiliki oleh seseorang individu yang membolehkan individu berkenaan mengkonstruksi identiti sendiri dalam talian. Begitu juga, kajian lalu yang telah dibincangkan tidak melihat kepelbagaian identiti yang mungkin dikonstruksikan dalam talian sama ada identiti benar, identiti unggul ataupun identiti samaran.

Dalam konteks kajian ini, sumber peribadi yang dimiliki oleh seseorang adalah gabungan faktor pengetahuan, emosi dan kemahiran yang dimiliki oleh seseorang. Faktor pengetahuan, emosi dan kemahiran ini terangkum dalam ilmu literasi media. Kajian ini mengandaikan bahawa pemilik akaun *Facebook* mengkonstruksikan identiti dalam talian dengan menggunakan ilmu literasi media. Gabungan faktor pengetahuan, emosi dan kemahiran ini memungkinkan seseorang individu mengkonstruksi identiti dalam talian mengikut kemahuannya. Sekiranya individu itu tidak mempunyai pengetahuan tentang potensi dan kegunaan *Facebook*. Dengan pengetahuan ini, dia menggunakan kemahiran untuk mengkonstruksi identiti di alam maya tertentu yang mungkin sahaja dipengaruhi oleh emosinya.

METODOLOGI

Kajian yang dijalankan adalah berbentuk tinjauan bertujuan untuk mengenal pasti hubungan faktor pengetahuan, emosi dan kemahiran dalam membentuk konstruksi identiti sendiri dalam talian. Identiti yang dipaparkan semasa interaksi sosial yang diteliti dalam kajian ini pula ada melibatkan interaksi sosial berasaskan komunikasi berantaraan komputer memandangkan kajian ini hanya ingin melihat pembentukan identiti dalam talian dan tidak mencakupi pembentukan identiti luar talian.

Kaedah tinjauan telah dibangunkan sebagai sebahagian daripada pendekatan positif dalam sains sosial. Kaedah tinjauan ialah kaedah penyelidikan sains sosial yang menggunakan soal selidik dan dianalisis secara kuantitatif dengan menggunakan teknik statistik (Jary & Jary, 1995). Baker (1999, hlm.172) mendefinisikan kaedah tinjauan sebagai "suatu kaedah dalam pengumpulan data daripada sekumpulan individu yang dikenal pasti terlebih dahulu dan yang ditanya satu set soalan yang serupa." Daripada definisi ini, sebagai suatu kaedah penyelidikan, tinjauan digunakan untuk mengumpul data daripada populasi yang telah dikenal pasti. Oleh sebab populasi yang dikenal pasti terlalu besar, maka sampel

diambil untuk dikaji. Mereka yang dipilih menjawab instrumen yang berupa soal selidik yang mengandungi satu set soalan yang dikemukakan dan diurus tadbir sendiri oleh responden terpilih.

Populasi kajian adalah terdiri daripada pelajar yang sedang menuntut di empat buah universiti di Malaysia iaitu Universiti Malaya (UM), Universiti Sains Malaysia (USM), Universiti Kebangsaan Malaysia (UKM) dan Universiti Putra Malaysia (UPM). Pemilihan terhadap empat buah universiti iaitu UM, USM, UKM dan UPM dijadikan sebagai populasi kajian adalah berdasarkan prestij universiti berkenaan sebagai universiti penyelidikan. Penuntut jurusan komunikasi dipilih sebagai sampel kajian pula adalah sesuai dengan sifat-sifat penuntut yang terdedah dengan literasi media hasil pendedahan terhadap media sosial melalui kursus-kursus media dan komunikasi sepanjang pengajian mereka mahupun secara tidak formal dengan pengetahuan asas sebagai penuntut pengajian media (Mohd. Nor Shahizan, 2012). Borang soal selidik digunakan sebagai instrumen utama dalam kajian ini untuk mendapatkan maklumat berkaitan sumbangan kognitif dalam konstruksi identiti sendiri dalam talian. Skala Likert 5-mata iaitu (5) sangat setuju hingga (1) sangat tidak setuju digunakan bagi mengukur pemboleh-pemboleh ubah dalam kajian ini. Sebelum kajian sebenar dijalankan, pengkaji telah menjalankan kajian rintis untuk menguji reliabiliti instrumen soal selidik.

Untuk mendapatkan jawapan kepada persoalan-persoalan kajian, pengkaji menggunakan kaedah tinjauan bagi mengutip data dalam kalangan pengguna *Facebook*. Kaedah ini memerlukan borang soal selidik dibentuk sebagai instrumen utama dalam pengumpulan data. Kaedah kuantitatif digunakan dalam kajian ini untuk mengumpul data berkaitan dengan faktor pengetahuan, emosi dan kemahiran yang mempengaruhi konstruksi identiti sendiri dalam talian. Data yang diperoleh secara kuantitatif dapat dibentangkan secara deskriptif dan inferensi dengan menggunakan pelbagai analisis (Berger, 1998). Justeru, data yang diperolehi dalam kajian ini dianalisis secara deskriptif dan inferensi mengikut prosedur statistik.

DAPATAN DAN PERBINCANGAN

Demografi Responden

Jadual 1 menunjukkan taburan demografi responden yang merangkumi maklumat mengenai jantina, umur, kaum, dan negeri responden. Kebanyakan responden terdiri daripada perempuan. Seperti yang dinyatakan dalam bahagian sebelum ini, sebanyak sembilan soal selidik telah ditolak semasa saringan dan dikeluarkan daripada analisis. Daripada 391 orang responden, terdapat seramai 283 orang perempuan (72.4 peratus) berbanding dengan 108 orang lelaki (27.6 peratus). Taburan sebegini sememangnya dijangkakan kerana ramai daripada kalangan pelajar universiti terdiri daripada perempuan (Ahmad Kamil, 2008).

Kebanyakan daripada responden dalam kajian ini terdiri daripada mereka yang berumur 20 tahun. Terdapat seramai 197 (50.4 peratus) pelajar berumur 20 tahun yang menjadi responden kajian. Kelompok kedua berumur 21 tahun iaitu seramai 80 orang (20.5 peratus). Ini diikuti oleh pelajar berumur 22 dan 19 tahun. Mereka ini terdiri daripada 44 orang (11.3 peratus) dan 42 orang (10.7 peratus). Responden berumur 23 orang berjumlah 15 orang (3.8 peratus), 25 tahun seramai 2 orang (0.5 peratus) dan 27 dan 29 tahun, masing-masing 1 orang (0.3 peratus).

Dari segi taburan kaum pula, sebahagian besar pelajar seperti dijangkakan ialah Melayu. Terdapat 247 pelajar Melayu (63.2 peratus) berbanding dengan 87 pelajar Cina (22.3 peratus), India 29 orang (7.4 peratus) dan 28 orang (7.2 peratus) dalam kategori keturunan lain. Taburan sampel ini mirip taburan mengikut populasi penduduk di negara ini. Dari segi taburan mengikut negeri, seramai 77 orang responden (19.7 peratus) berasal dari Selangor. Ini diikuti dengan 47 orang responden (12 peratus) dari Pulau Pinang. Ini disusuli pula seramai 46 orang (11.8 peratus) dari Johor.

Jadual 1: Taburan Responden mengikut ciri-ciri Demografi

Ciri-Ciri Demografi	Kekerapan	Peratusan (%)
Jantina		
Perempuan	283	72.4
Lelaki	108	27.6
Umur		
19	42	10.7
20	197	50.4
21	80	20.5
22	44	11.3
23	15	3.8
24	9	2.3
25	2	0.5
27	1	0.3
29	1	0.3
Kaum		
Melayu	247	63.2
Cina	87	22.3
India	29	7.4
Lain-Lain	28	7.2
Negeri		
Selangor	75	19.2
Pulau Pinang	45	11.5
Johor	44	11.8
Perak	42	10.7
Kedah	33	8.4
Kuala Lumpur	32	8.1
Terengganu	22	5.6
Pahang	20	5.1
Sabah	18	4.6
Sarawak	16	4.1
Negeri Sembilan	14	3.5
Kelantan	13	3.3
Melaka	9	2.3
Perlis	8	2.0

N = 400

Pola Penggunaan Facebook

Responden telah ditanya tentang penggunaan *Facebook*. Sebanyak 255 orang responden (65.2 peratus) telah memiliki akaun *Facebook* melebihi enam tahun. Sejumlah 65 orang (16.6 peratus) memiliki akaun *Facebook* sejak lima tahun lalu. Seramai 50 orang (12.8 peratus) sejak empat tahun dan 21 orang (5.4 peratus) sejak tiga tahun lalu. Dengan kata

lain, penggunaan *Facebook* telah mula digunakan sejak dari alam persekolahan, sebelum responden memasuki universiti.

Jadual 2: Maklumat Umum Penggunaan *Facebook*

Ciri-Ciri Penggunaan	Kekerapan	Peratusan (%)
Tempoh lama		
6 tahun ke atas	255	65.2
5 tahun	65	16.6
4 tahun	50	12.8
3 tahun	21	5.4
Jumlah akaun		
1 akaun	325	83.1
2 akaun	47	12.0
3 akaun	11	2.8
4 akaun dan lebih	8	2.0

N = 400

Sebahagian besar responden mempunyai hanya satu akaun *Facebook* sahaja. Jumlah ini seramai 325 orang (83.1 peratus). Ini diikuti dengan 47 orang (12 peratus) yang mempunyai 2 akaun *Facebook*, 11 orang (2.8 peratus) yang mempunyai 3 akaun, dan 8 orang (2 peratus) yang mempunyai 4 atau lebih akaun *Facebook*.

Analisis susulan dilakukan untuk menguji sama ada terdapat hubungan antara tempoh lama pemilikan akaun *Facebook* dengan jumlah akaun *Facebook* yang dimiliki oleh seseorang. Dua ujian statistik dilakukan iaitu ujian statistik khi-kuasa dua dan ujian statistik korelasi Pearson terhadap data kajian. Kedua-dua ujian statistik ini menunjukkan tidak ada hubungan signifikan antara tempoh pemilikan akaun dengan jumlah akaun *Facebook* dimiliki oleh seseorang responden. Dengan kata lain, seseorang itu mempunyai dua atau lebih akaun kerana sebab-sebab lain dan bukannya kerana telah memiliki sesuatu akaun bagi sesuatu tempoh tertentu. Data deskriptif menunjukkan bahawa bilangan yang mempunyai lebih daripada empat akaun sangat kecil walaupun sudah mempunyai akaun *Facebook* selama lebih 6 tahun. Analisis deskriptif turut mendapati bahawa kebanyakannya memiliki satu akaun *Facebook* walaupun sudah bertahun-tahun menggunakan *Facebook*.

Pengaruh Pengetahuan, Emosi dan Kemahiran terhadap Konstruksi Identiti dalam Talian

Untuk melihat hubungan pengetahuan, emosi dan kemahiran dengan konstruksi identiti dalam talian, hipotesis berikut telah dibina:

- H1: Terdapat hubungan antara pengetahuan dengan konstruksi identiti
- H2: Terdapat hubungan antara emosi dengan konstruksi identiti
- H3: Terhadap hubungan antara kemahiran dengan konstruksi identiti

Hipotesis ini diuji dengan menggunakan statistik regresi linear. Aras signifikan 0.05 ditetapkan untuk menolak atau tidak menolak hipotesis null. Hipotesis null dalam kajian ini ialah, tidak terdapat hubungan antara pengetahuan, emosi dan kemahiran dengan konstruksi identiti. Nilai min dan sisihan piawai bagi setiap item tertera dalam Jadual 3.

Jadual 3: Regresi identiti dengan pengetahuan, emosi dan kemahiran

Konstruk	R	R square	Adjusted R square	Std Error of the Estimate
Pengetahuan	0.327 ^a	0.107	0.105	0.527
Emosi	0.468 ^a	0.21	0.207	0.49493
Kemahiran	0.506 ^a	0.256	0.254	0.481

Jadual 3 nilai R^2 sebanyak 0.107 menunjukkan bahawa konstruk Pengetahuan menyumbang sebanyak 10 peratus sebagai prediktor kepada pemboleh ubah bersandar iaitu Identiti. Ini menjelaskan bahawa konstruksi identiti sendiri dalam talian bagi seseorang itu ditentukan oleh pengetahuan. Item ini membantu seseorang itu mengkonstruksikan identiti kendirinya dalam talian. Dalam konteks kajian ini ialah konstruksi identiti sendiri dalam talian dalam kalangan pengguna *Facebook* ditentukan oleh konsep Pengetahuan. Sementara itu, untuk mengukur emosi, nilai R^2 sebanyak 0.21 menunjukkan bahawa konstruk Emosi menyumbang sebanyak 21 peratus sebagai prediktor kepada pemboleh ubah bersandar iaitu Identiti. Ini menjelaskan bahawa konstruksi identiti sendiri dalam talian bagi seseorang turut ditentukan oleh emosi. Item ini membantu individu mengkonstruksikan identiti kendirinya dalam talian. Dalam konteks kajian ini ialah konstruksi identiti sendiri dalam talian dalam kalangan pengguna *Facebook* ditentukan oleh konsep Emosi.

Bagi mengukur item pengaruh kemahiran terhadap konstruksi identiti dalam talian pula, nilai R^2 sebanyak 0.256 menunjukkan bahawa konstruk Kemahiran menyumbang sebanyak 25 peratus sebagai prediktor kepada pemboleh ubah sandaran Identiti. Ini menjelaskan bahawa selain faktor pengetahuan dan emosi, konstruksi identiti sendiri dalam talian bagi seseorang itu turut ditentukan oleh kemahiran. Item ini membantu seseorang itu mengkonstruksikan identiti kendirinya dalam talian. Dalam konteks kajian ini ialah konstruksi identiti sendiri dalam talian dalam kalangan pengguna *Facebook* ditentukan oleh konsep Kemahiran. Dengan kata lain, Identiti dalam talian bagi seseorang itu ditentukan oleh Kemahiran, Emosi dan Pengetahuan. Ketiga-tiga konstruk ini digunakan untuk mengkonstruksikan identiti seseorang dalam talian.

Daripada analisis yang telah dilakukan, ia menunjukkan bahawa terdapat hubungan yang signifikan antara faktor pengetahuan dengan konstruksi identiti sendiri dalam talian. Aspek yang mendasari struktur pengetahuan hasil dapatan survei telah dikenalpasti sebagai pengetahuan am, berfikir, pengalaman, pemilihan, penapisan merupakan aspek penting yang diambil kira oleh responden apabila mengkonstruksi identiti sendiri dalam talian. Dapatan ini diperkukuhkan dengan pandangan Potter (2004) individu perlu memiliki struktur pengetahuan tentang diri sendiri yang kukuh apabila menggunakan media secara kritis. Dalam konteks kajian ini, individu perlu mempunyai pengetahuan menggunakan media sosial secara kritis untuk menghasilkan atau mengkonstruksi identiti sendiri mereka secara dalam talian.

Dapatan kajian menjelaskan bahawa emosi yang pelbagai turut merupakan faktor yang signifikan terhadap konstruksi identiti dalam talian. Konstruk emosi yang dialami oleh individu mempengaruhi bentuk identiti yang dikonstruksikan oleh mereka dalam talian. Emosi berperanan untuk memastikan identiti yang dikonstruksi oleh individu dalam talian adalah berdasarkan kemahuan dan kehendaknya. Dengan kata lain, emosi memberikan kesedaran perasaan individu untuk menzahirkan dirinya kepada khalayak siapa dirinya. Dengan kata lain, sungguhpun individu bertindak secara bebas menggunakan media sosial terutama *Facebook* dalam memapar identiti diri, namun struktur emosi mempunyai

peranan sebagai sifat-sifat dalaman yang membawa kepada perubahan identiti yang dipaparkan dalam talian. Dapatan ini adalah selari dengan saranan oleh Shaver et al. (1987) yang membahaskan bahawa emosi merupakan faktor penegasan yang biasa digunakan oleh individu yang membawa kepada tindakan mengekalkan, mengesahkan dan meningkatkan struktur yang dirasakan wajar ada apabila menonjolkan diri dan menjalinkan hubungan sosial.

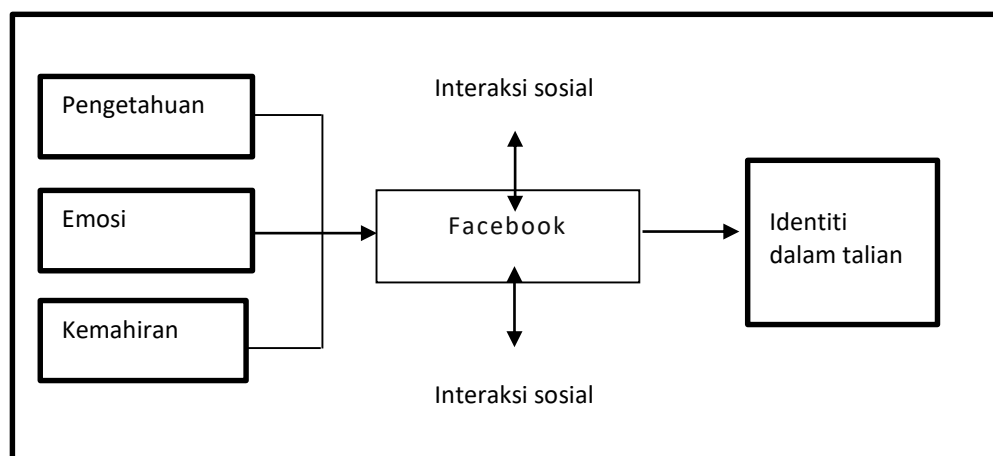
Dapatan kajian survei menunjukkan bahawa terdapat hubungan yang signifikan antara faktor kemahiran dengan konstruksi identiti sendiri dalam talian. Aspek yang mendasari struktur pengetahuan hasil dapatan survei telah dikenalpasti sebagai kebolehan mengedit gambar, kebolehan mengedit komen, menukar gambar, kemahiran mengubah suai gambar dan mengubah suai status merupakan aspek penting yang diambil kira oleh responden apabila mengkonstruksi identiti sendiri dalam talian.

Dapatan ini disokong oleh pandangan Kearsley (2000) yang menyatakan bahawa individu perlu memiliki struktur kemahiran dalam usaha menggunakan media digital secara lebih optimum. Penggunaan media digital seharusnya memerlukan kemahiran yang mana menurut Kearsley (2000) perlu terfokus kepada penyuntingan teks, penyuntingan gambar akviti 'potong dan tampal', serta kebolehan lain yang selari dengan pengaplikasian teknologi digital. Dalam konteks kajian ini, individu perlu mempunyai kemahiran menggunakan media sosial secara kritis sebagaimana yang diujahkan oleh Deh dan Glodovic (2018) bahawa, untuk menghasilkan satu projek persembahan diri secara digital, kebolehan mengguna, mengorganisasi dan mengatur menggunakan teknologi yang dipilih merupakan dimensi kemahiran yang sangat perlu bagi seseorang individu. Justeru, ia menyokong dapatan kajian ini bahawasanya mengkonstruksi identiti sendiri secara dalam talian berpandukan literasi media secara kompeten adalah signifikan.

Dapatan ini mengukuhkan andaian kajian ini bahawa konstruksi identiti sendiri dalam talian secara literasi membolehkan individu mengkonstruksi identiti yang mereka inginkan. Sama ada individu memaparkan identiti samaran, identiti sebenar mahupun identiti unggul, potensi identiti sedemikian dipaparkan secara dalam talian mempunyai hubungan langsung dengan pengetahuan, emosi dan kemahiran yang dimiliki. Dapatan ini adalah selari dengan saranan oleh Vella (2013) bahawa pengetahuan dan kemahiran amat penting kepada seseorang individu apabila melibatkan diri dalam aktiviti dalam talian demi memenuhi tujuan untuk berkongsi apa yang mereka percaya dan siapa mereka secara penggunaan bahasa yang terpilih mahupun melalui paparan imej (gambar) bagi menyerlahkan persona diri. Dengan kata lain, penggunaan media secara literasi oleh pengguna *Facebook* mengungkap pemaknaan kepada identiti yang dikonstruksi oleh mereka dengan cara yang mereka mahukan.

Interaksi berantaraan komputer telah membenarkan interaksi sosial berlaku dalam konteks yang lebih kompleks. Dalam konteks kajian ini, interaksi sosial individu bersama pengguna-pengguna pengguna media sosial yang dihadirkan oleh *Facebook* menjadi pemangkin kepada konstruksi identiti dalam talian. Faktor pengetahuan, emosi dan kemahiran yang merupakan pemboleh ubah tidak bersandar, membolehkan individu membentuk identiti bergantung kepada keadaan-keadaan tertentu termasuk konteks, niat, motivasi dan juga peranan yang bertindak sebagai pemboleh ubah mencelah yang mempengaruhi interaksi sosial. Manakala konstruksi identiti dalam talian yang merupakan pemboleh ubah bersandar, telah dimungkinkan oleh teknologi menjadi ruang yang membenarkan individu mengkonstruksi pelbagai bentuk identiti yang mungkin berbeza atau

sama dengan identiti di luar talian. Rajah 1 menerangkan hubungan pengetahuan, emosi dan kemahiran dengan konstruksi identiti dalam talian yang dicipta oleh individu sebagai pengguna *Facebook*.



Rajah 1: Konstruksi identiti dalam talian

Rajah 1 menjelaskan faktor-faktor ataupun asas-asas utama literasi media iaitu pengetahuan, emosi dan kemahiran yang mempengaruhi konstruksi identiti sendiri dalam talian. Perspektif bahawa perbezaan dan gabungan ketiga-tiga faktor ini akan mengkonstruksi (dan memaparkan) identiti yang pelbagai bergantung kepada gabungan antara ketiga-tiga unsur yang mana lebih dominan mempengaruhi individu mengkonstruksi identiti dalam talian. Aspek-aspek yang dinyatakan merupakan petunjuk kepada konstruksi identiti yang dihasilkan oleh individu dalam talian. Hasil analisis menguatkan hujah bahawa apabila individu mengkonstruksi identiti kendirinya dalam talian, terhadap beberapa faktor yang memainkan peranan penting terhadap konstruksi yang dilaksanakan. Pengetahuan individu mempengaruhi pembentukan identiti dalam talian. Keadaan emosi seseorang itu turut memainkan peranan dalam konstruksi identiti sendiri yang dipaparkan dalam talian. Kajian ini mendapati bahawa keadaan emosi mempengaruhi konstruksi identiti dalam talian. Kemahiran individu, dari segi penyuntingan dan pengubahsuaian gambar merupakan aspek penting yang dikenal pasti digunakan oleh individu sebagai faktor yang mendorong konstruksi identiti sendiri dalam talian dilaksanakan mengikut keinginan masing-masing.

Konsep konstruksi identiti sendiri sebelum ini sering merujuk kepada konstruksi identiti individu yang berlaku hasil daripada pengalaman yang melibatkan hubungan individu dengan masyarakat dan persekitaran. Identiti terbentuk berdasarkan persekitaran dan budaya yang wujud. Sebagai contoh, budaya di sekolah. Seorang murid sekolah rendah akan mempunyai ciri seorang pelajar yang memakai pakaian seragam, membawa beg sekolah yang berat, mempunyai rutin belajar yang tersusun mengikut jadual matapelajaran yang ditetapkan, malah mempunyai masa rehat yang seragam setiap hari sepanjang sesi persekolahan.

Namun demikian, setelah tamat waktu persekolahan, pelajar-pelajar ini balik ke rumah dan secara automatik identiti berubah menjadi seorang anak. Ciri-cirinya juga berubah daripada segi penampilan dan aktiviti harian. Malah tidak mustahil juga turut melibatkan perbezaan daripada segi tingkah laku dan pertuturan. Jika di sekolah, pertuturan mungkin lebih terkawal, jika di rumah, mungkin lebih santai dan bersahaja. Identiti sendiri

dalam konteks ini dilihat sebagai suatu sifat yang melampaui pemilikan peribadi serta dimiliki oleh sekelompok manusia (Mus Chairil & Jamilah, 2014).

Identiti yang dibincangkan tadi merujuk kepada identiti luar talian. Dalam pada itu, identiti dalam talian seringkali didakwa merupakan konstruksi semula nilai-nilai yang ada dalam identiti luar talian, yang merujuk kepada pengertian identiti yang dibincangkan sebentar tadi. Identiti dalam talian dikatakan sukar untuk dikenal pasti dan tidak terpisah daripada identiti luar talian (Canary et al., 2003). Menurut Canary et al. apa yang terkandung di dalam identiti dalam talian merupakan simbolik komunikasi secara tekstual yang mewakili identiti luar talian. Namun demikian, dengan adanya kewujudan ruang maya setelah kehadiran Internet, interaksi sosial yang berlaku memberikan ruang kepada individu mencipta sendiri dan memaparkan identiti mengikut acuan yang diinginkan dan dipaparkan kepada umum.

KESIMPULAN

Identiti dalam talian seringkali didakwa merupakan konstruksi semula nilai-nilai yang ada dalam identiti luar talian, yang merujuk kepada pengertian identiti yang dibincangkan sebentar tadi. Identiti dalam talian dikatakan sukar untuk dikenal pasti dan tidak terpisah daripada identiti luar talian (Canary et al., 2003). Menurut Canary et al. apa yang terkandung di dalam identiti dalam talian merupakan simbolik komunikasi secara tekstual yang mewakili identiti luar talian. Namun demikian, dengan adanya kewujudan ruang maya setelah kehadiran Internet, interaksi sosial yang berlaku memberikan ruang kepada individu mencipta sendiri dan memaparkan identiti mengikut acuan yang diinginkan dan dipaparkan kepada umum.

Selain itu, emosi memainkan peranan penting dalam mempengaruhi individu mencipta dan mengkonstruksi identiti dalam talian mereka. Kajian ini mengukuhkan lagi bahawa emosi wajar terangkum di dalam salah satu aspek literasi media iaitu memenuhi kepuasan peribadi. Hal ini demikian kerana rasa gembira, takut, marah, sedih dan teruja mempunyai hubungan dengan tingkah-laku individu dalam proses konstruksi identiti sendiri yang dipaparkan dalam talian. Individu mengkonstruksi identiti talian dengan cara yang pelbagai. Jika sebelum ini hanya identiti luar talian sahaja yang terbentuk, dengan adanya kehadiran media sosial seperti *Facebook* memudahkan individu untuk mengkonstruksi identiti dalam talian mengikut acuan dan keinginan diri sendiri.

Meneroka konstruksi identiti sendiri dalam talian memberikan peluang kepada kajian-kajian yang lebih luas pada masa akan datang. Terdapat beberapa saranan yang dapat dikemukakan dalam meneliti situasi ini. Media sosial bukan sahaja mencakupi *Facebook*, tetapi juga boleh meneroka media sosial yang lain. Justeru, adalah dicadangkan agar kajian seumpamanya dapat diperluaskan lagi dengan meneroka media sosial yang lain termasuk *Instagram*, *Twitter*, *Youtube*, *WhatsApp* dan tidak ketinggalan juga *WeChat*.

BIODATA

Jamilah Maliki merupakan pelajar PhD di Pusat Kajian Media dan Komunikasi, FSSK, Universiti Kebangsaan Malaysia. Email: mjamilahmaliki@gmail.com

Normah Mustaffa merupakan pensyarah kanan di Pusat Kajian Media dan Komunikasi, FSSK, Universiti Kebangsaan Malaysia. Bidang kepakaran beliau ialah kewartawanan, komunikasi visual, media baharu dan literasi media. Email: normahm@ukm.edu.my

Mohd Nor Shahizan Ali merupakan pensyarah kanan di Pusat Kajian Media dan Komunikasi, FSSK, Universiti Kebangsaan Malaysia. Bidang kepakaran beliau ialah penyiaran (dokumentari), komunikasi visual, dan literasi media. Email: shahizan@ukm.edu.my

RUJUKAN

- Ahmad Kamil Mohamed. (2008, Jun 19). IPTA pupus pelajar lelaki?. *Utusan Online*. Retrieved from https://www.utusan.com.my/utusan/info.asp?Rencana&pg=re_01.htm
- Alcoff, L. M. (2003). Introduction: Identities, modern and postmodern. Dlm. Alcoff, L. M. & Mendieta, E. (pnyt.), *Identities: Race, class, gender, and nationality* (hlm. 1-8). Oxford: Blackwell Publishing.
- Baker, T. L. (1999). *Doing social research* (2nd ed.). New York: McGraw-Hill.
- Berzonsky, M., D. (2008). Identity formation: The role of identity processing style and cognitive processes. *Personality and Individual Differences*, 44(3), 643-653.
- Boyd, D. (2004). Friendster and publicly articulated social networks. *Proceedings of ACM Conference on Human Factors in Computing Systems*, hlm. 1279-1282.
- Boyd, D., & Heer, J. (2006). Profiles as conversation: Networked identity performance on Friendster. *Proceedings of the Hawai'i International Conference on System Sciences (HICSS-39)*. Retrieved from <https://www.danah.org/papers/HICSS2006.pdf>
- Canary, D., Cody, M., & Manusov, V. (2003). *Interpersonal communication: A goals-based approach*. Boston: Bedford/St. Martin's.
- Chua Yan Piaw. (2011). *Kaedah penyelidikan* (Jilid 1). Kuala Lumpur: McGraw-Hill (Asia).
- Cooley, C. H. (1902). *Human nature and the social order*. New York: Charles Scribners' Sons.
- Davis, K. (2012). Tensions of identity in a networked era: Young people's perspectives on the risks and rewards of online self-expression. *New Media & Society*, 14(4), 634-651.
- Deh, D., & Glodovic, D. (2018). The construction of identity in digital space. *AM Journal of Arts and Media Studies*, 16, 101-111.
- Denham, S. A., Bassett, H. H., & Wyatt, T. (2007). The socialization of emotional competence. Dlm. J. E. Grusec & P. D. Hastings (pnyt.) *Handbook of socialization: Theory and research* (hlm. 614-638). New York: The Guilford Press.
- Denninger, M. D. (2011). *The interpretation of online identity on Facebook and social networking sites* (Tesis Sarjana Falsafah, School of Professional Studies, Faculty in Communication and Leadership Studies, Gonzaga University).
- Faquhar, L. K. (2012). Performing and interpreting identity through Facebook imagery. *New Media Technologies*, 19(4), 446-471.
- Gergen, K. J., & Gergen, M. M. (1981). *Social psychology* (2nd ed.). New York: Harcourt, Brace and Jovanovich, Inc.
- Gonzales, A., & Hancock, J. (2010). Mirror, mirror on my Facebook wall: Effects of exposure to Facebook on self-esteem. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 14(1-2), 79-83.
- Hogan, B. (2010). The presentation of self in the age of social media: Distinguishing performances and exhibitions online. *Bulletin of Science Technology Society*, 30(6), 377-386.
- Jary, D., & Jary, J. (1995). *Collins dictionary of sociology* (2nd ed.). Glasgow: HaperCollins.
- Jenkins, H. (2009). *Confronting the challenges of participatory culture: Media education for the 21st century*. Cambridge, Massachusetts: The MIT Press.
- Kearsley, G. (2000). *Online education: Learning and teaching in cyberspace* (2nd ed.). Belmont: Wadsworth Thomson Learning.
- Marx, M. H. (1976). *Introduction to psychology: Problems, procedures and principles*. New York: Macmillan Publishing Co. Inc.

- Mead, G. H. (1934). *Mind, self and society from the standpoint of a social behaviorist*. Chicago: University of Chicago Press.
- Mohd. Nor Shahizan Ali. (2012). *Pendefinisian semula literasi media melalui komponen pembinaan makna audio visual ke atas rutin automatik filem dokumentasi* (Tesis Dr. Fal, Pusat Kajian Komunikasi, Fakulti Sains Sosial dan Kemanusiaan, Universiti Kebangsaan Malaysia).
- Mohd Zaidi Mahmud, & Bahiyah Omar. (2013). Motif kekerapan penggunaan Facebook dalam kalangan pelajar Universiti. *Jurnal Komunikasi: Malaysian Journal of Communication*, 29(1), 35-54.
- Mus Chairil, & Jamilah Maliki. (2014). *Media dan masyarakat*. Kota Samarahan: Unimas Publisher.
- Pelluchette, J., & Karl, K. (2010). Examining students intended image on Facebook: What were they thinking?. *Journal of Education for Business*, 85(1), 30-37.
- Peter, J., Velkenburg, P. M., & Schouten, A. P. (2006). Characteristics and motives of adolescents talking with strangers on the Internet. *CyberPsychology & Behavior*, 9(5), 526-530.
- Potter, W. J. (2008). *Media literacy* (4th ed.). Los Angeles: Sage.
- Samsudin A. Rahim, & Latiffah Pawanteh. (2000). Media penetration and cultural consequences on adolescents in Malaysia. *Jurnal Komunikasi: Malaysian Journal of Communication*, 16, 51-70.
- Shaver, P., Schwartz, J., Kirson, D., & O'Connor, C. (1987). Emotion knowledge: Further exploration of a prototype approach. *Journal of Personality and Social Psychology*, 52(6), 1061-1086.
- Siti Ezaleila Mustafa. (2015). *Media jaringan sosial: Penggunaan dan pengaruhnya*. Kuala Lumpur: Penerbit Universiti Malaya.
- Siti Ezaleila Mustafa & Azizah Hamzah. (2010). Media sosial: tinjauan terhadap laman jaringan sosial dalam talian tempatan. *Jurnal Pengajian Media Malaysia*, 12(2), 37-52.
- Smith, M. J. (1998). *E-merging strategies of identity: The rhetorical construction of self in personal web sites*. Ohio: Ohio University.
- Turkle, S. (1995). *Life on the screen: Identity in the age of the Internet*. New York: Simon & Schuster.
- Quan-Haase, A., & Young, A. L. (2010). Uses and gratification of social media: A comparison of Facebook and instant messaging. *Bulletin of Science Technology & Society*, 30(5), 350-361.
- Vella, A. J. (2013). A digital identity: Creating uniqueness in a new contextual domain. *E-Learning and Digital Media*, 10(3), 285-293.
- Zhao, S., Grasmuch, S., & Martin, J. (2008). Identity construction on Facebook: Digital empowerment in anchored relationships. *Computers in Human Behavior*, 24(5), 1816-1836.