

PENGGUNAAN LAMAN SOSIAL DAN IMPAKNYA TERHADAP HUBUNGAN PERSAHABATAN DALAM TALIAN

SITI EZALEILA MUSTAFA
UNIVERSITI MALAYA

Abstrak

Sebagai tempat awam yang neutral yang berbeza daripada rumah dan tempat kerja, media sosial seperti laman jaringan sosial membolehkan orang ramai untuk berkumpul dan berinteraksi tanpa mengira status atau kedudukan. Malah, mereka bebas untuk datang dan pergi sesuka hati kerana tidak terikat dengan apa-apa obligasi untuk menerima atau menolak permintaan bersahabat. Boyd (2006) berpendapat bahawa konsep persahabatan dan hubungan peribadi yang berubah dan baru menyebabkan munculnya hubungan baru seperti "friendster", kawan yang dipanggil dalam konteks laman rangkaian sosial sahaja. Kajian soal selidik yang dijalankan terhadap 400 pengguna aktif laman jaringan sosial di Malaysia mendapati bahawa walaupun ramai rakan-rakan mereka adalah rakan sekolah dan rakan-rakan universiti, mereka juga berkawan dengan orang asing. Kajian menunjukkan lebih separuh responden meluaskan persahabatan yang dibina dalam rangkaian sosial ke luar talian. Walau bagaimanapun, dapatan menunjukkan mereka juga mengakhiri persahabatan tersebut dengan mengeluarkan rakan dari senarai sahabat kerana sebab-sebab tertentu. Kebanyakannya disebabkan oleh sikap yang kurang menyenangkan kerana menggunakan bahasa tidak senonoh, pengaruh buruk, dan gangguan seksual. Ini menunjukkan bahawa persahabatan di laman rangkaian sosial kadang-kadang mewujudkan hubungan yang lemah.

Kata kunci: *Persahabatan maya, jaringan sosial dalam talian, interaksi sosial, dunia maya.*

USE OF SOCIAL MEDIA WEB AND ITS IMPACT ON ONLINE FRIENDSHIPS

Abstract

As a neutral public place which is different from home and workplace, social media such as social networking sites allows people to come together and interact, regardless of status or position. In fact, they are free to come and go as they like is not bound by any obligation to accept or reject requests for friendship. Boyd (2006) argues that the concepts of friendship and personal relationships are changing and new caused the emergence of a new relationship as "friendster", friends who known in the context of social networking sites only. Questionnaire survey conducted on 400 active users of social networking sites in Malaysia found that even though many of respondents' friends are classmates and university friends, they also make friends with strangers. Studies show that more than half of the respondents broaden their friendships built in social networks beyond offline. However, the findings also show their friendship ended with the removing the friends from friends list for some reason. Mostly due to less favourable attitude for using obscene language, bad influence, and sexual harassment. This indicates that the friendship on social networking sites sometimes creates weak ties.

Keywords: *Virtual friendship, online social networking, social interaction, virtual world.*

PENGENALAN

Laman sosial yang merupakan salah satu daripada platform media menjadi sangat popular beberapa tahun kebelakangan ini. Pembentukan persahabatan adalah antara sebab utama penggunaan laman sosial yang menjadikan profil sebagai tunjangnya. Melalui profil, pelbagai maklumat peribadi seseorang tersedia dan pengguna lain dapat mengetahui kehidupan sosial dan minat orang yang ingin dikenali melalui Facebook, status terkini daripada Twitter, dan membaca pengalaman profesional seseorang di LinkedIn. Mekanisme “persahabatan” ini membolehkan pengguna membina hubungan baru dan membolehkan interaksi sosial dilakukan dengan mudah, terutamanya apabila mereka percaya bahawa mereka mempunyai suatu persamaan.

Walaupun laman jaringan sosial menawarkan alat sokongan dalam meluaskan keperluan dunia sosial, teknologi ini sahaja tidak memadai (Donath, 2007). Pengguna perlu mampu mengesan perubahan dalam sesuatu hubungan (Nardi et al 2002), melihat manusia dalam konteks hubungan sosial mereka dan mengetahui siapa untuk dipercayai (Bacharach & Gambetti 2001). Maka, apabila wujud kepercayaan, permintaan berkawan akan diterima dan jika kepercayaan itu berkurangan, kawan itu akan “dibuang” daripada senarai sahabat. Malah, menurut Yang, Brown dan Baun (2014), pembangunan hubungan atau persahabatan akan disusuli dengan media lain (pesanan segera dan telefon) apabila hubungan yang terbina berkembang.

Ini kerana menurut Horigan (2001), “...komuniti dalam talian telah menjadi ‘tempat ketiga’ kepada orang ramai dan ia berbeza daripada rumah dan tempat kerja”. Bagi Steinkuehler dan Williams (2007), tempat ini merupakan tempat awam yang neutral yang membolehkan orang ramai berkumpul dan berinteraksi tanpa menghiraukan status atau kedudukan, malah mereka bebas datang dan pergi sesuka hati kerana tidak terikat dengan obligasi. Tambahan pula, persahabatan dalam talian ini dilihat “fluid”; ia boleh dibentuk dan dibubarkan (Sibona, 2010) melalui fungsi yang disediakan dalam sesebuah laman sosial.

PERSAHABATAN DALAM TALIAN

Laman jaringan sosial boleh meluaskan dan mendefinisikan pengertian sahabat, tetapi pada masa yang sama memudahkan penjagaan ikatan dalam kumpulan manusia yang lebih besar

ini. Bagi Christakis dan Fowler (2009), hubungan persahabatan dalam talian ini cenderung bersifat kumulatif dan sifat interaksinya dipengaruhi kuat oleh medium. Malah selain menguruskan hubungan langsung dengan sahabat, pengguna juga memantau atau memerhatikan hubungan sesama mereka dalam tahap yang lebih tinggi berbanding di dunia luar talian. Maka, tidak hairanlah aktiviti yang paling digemari oleh pengguna ialah bersembang atau melakukan sesuatu yang berbeza dengan sahabat di samping bermain permainan bagi mengekalkan hubungan sosial (Iqbal, Kankaanranta, & Neittaanmäki, 2011; Elder, 2014). Bagi Aristotle (dlm. Elder 2014), persahabatan boleh dibahagikan berdasarkan kebergunaan (*utility friendships*), keseronokan antara satu sama lain (*pleasure friendships*), dan menikmati nilai kebaikan pada diri masing-masing (*virtue friendships*).

Persahabatan dibentuk dan dikekalkan kerana ia diberikan kepada individu. Ia cenderung dibentuk oleh mereka yang berkongsi persamaan seperti umur, agama, pendidikan dan pekerjaan, malah bagi McPherson dan rakan-rakan (2001), sebahagian besar persahabatan dibentuk melalui struktur organisasi seperti sekolah, tempat kerja, dan lokasi geografi. Malah, penggunaan laman sosial ini dikatakan membantu pembangunan komunikasi yang lebih baik antara rakan sekerja, pengguna, dan syarikat (Balderrama, 2009; Ross et al 2009). Kajian Frampton dan Child (2014) menunjukkan bahawa mereka yang menyukai interaksi dengan rakan sekerja secara bersemuka tidak mempunyai masalah melanjutkannya dalam media sosial. Dengan cara ini—sama seperti persahabatan dalam dunia sebenar—apa-apa yang ingin diketahui tentang orang lain yang tidak boleh diketahui secara langsung, bergantung pada isyarat (*signalling theory*) seperti ekspresi muka, corak penggunaan, atau kenyataan yang dibuat pada profil mereka (Donath, 2007).

Penyelidik dalam perlakuan sosial menunjukkan bahawa media sosial digunakan untuk mengekalkan hubungan sedia ada, membentuk hubungan romantik dan mencipta persahabatan baru dalam talian (Wang et al, 2010). Malah penyelidikan yang dilakukan Ridings dan Gefen (2004), Bigge (2006), dan Budiman (2008) menunjukkan bahawa kebanyakan pengguna menggunakan dan memperuntukkan sejumlah masa harian mereka di laman sosial bagi tujuan persahabatan, terutama dalam kalangan remaja. Jumlah sahabat yang lazimnya dimiliki oleh pengguna adalah antara 150-200 orang (Ellison et al, 2007), tetapi ada juga yang melebihi 400 orang (Manago et al 2012). Teknologi ini dilihat membantu

penggunanya memelihara ikatan dan interaksi dalam kalangan mereka. Namun “sahabat” di sini agak berbeza dengan kumpulan manusia yang ada di sesebuah kawasan bergeografi. Bagi Suler (2002), orang ramai cenderung memisahkan kehidupan dalam talian mereka dengan yang di luar talian.

Namun, bagi Chayka, (2015), perbezaan antara persahabatan dalam talian pada masa kini dilihat *ambiguous* kerana golongan muda menjadikan teknologi sebagai perantara dalam interaksi mereka sehingga menyebabkan kehidupan dalam talian dan luar talian mereka adalah hampir sama. Walaupun mereka sering berada dalam talian, kehidupan fizikal dan digital mereka bergabung dengan baik. Pengguna media sosial juga perlu membuat keputusan siapakah rakan dan kenalan mereka yang perlu disingkirkan di alam maya. Malah, Ahn et al. (dlm. Wilson, 2009) percaya bahawa jaringan sosial dalam talian ialah mimik atau peniruan dan evolusi kepada jaringan sosial manusia di luar talian atau secara bersemuka. Malah, ia menggambarkan hubungan sosial manusia dan persahabatan dalam kehidupan sebenar (Sibona 2010) dengan tambahan penanda seperti permintaan yang nyata dan pautan yang menunjukkan hubungan yang terbina. Selain itu, valensi nama dan tarikan fizikal turut menjadi faktor bagaimana seseorang itu memberi respons antara satu sama lain; orang akan memberi penilaian dan berkelakuan lebih positif terhadap individu yang memiliki nama yang positif dan berperwatakan menarik, maka ini memberi kesan terhadap penerimaan untuk berkawan (Greitemeyer & Kunz 2013; Anthenunis, Valkenburg, & Peter 2012).

Perhubungan berkemungkinan terputus sekiranya tidak berada dalam kitar sosial yang sama, atau perbezaan umur yang ketara, atau perbezaan antara neurotik dengan introvert. Namun, hubungan dengan sahabat wanita lebih mantap berbanding dengan sahabat lelaki (Quercia, Bodaghi & Crowcroft 2012). Keputusan “unfollow” di Twitter pula kerap berlaku disebabkan beberapa faktor seperti hubungan timbal balik, tempoh masa perhubungan, pertindanan hubungan, dan pengeposan maklumat. Hasil temu bual kajian yang dilakukan oleh Haewon Kwak, Hyunwoo Chun dan Sue Moon (2011) menunjukkan bahawa keputusan untuk “unfollow” dilakukan terhadap mereka yang kerap mentwit dalam masa yang singkat, mengepos topik yang tidak menarik, dan mentwit tentang perincian kehidupan yang biasa.

Namun, tidak dinafikan juga kewujudan laman jaringan sosial ini mengubah konsep persahabatan, perkenalan peribadi, dan selebriti awam, di samping membawa kepada pembentukan komuniti dalam talian atau komuniti maya (Bateman, 2008; Preece, 2000; Rheingold, 1993). Laman sosial boleh memberikan konteks sosial yang kaya kepada mereka yang dikenali secara superfisial dengan melihat siapakah yang dikenali mereka dan bagaimanakah mereka dilayani dan melayani orang lain boleh memberikan tanda atau maklumat penting bagi memahami mereka. Ini menunjukkan bahawa laman sosial boleh meningkatkan kebolehpercayaan kerana media ini membolehkan orang ramai menyedari kawan dan kenalan mereka dengan melihat presentasi diri mereka di profil (Levin & Cross 2004; Donath, 2007).

Sebab berlakunya aktiviti persahabatan adalah pelbagai: ada yang hanya bersahabat dengan kawan rapat manakala yang lain melibatkan juga kenalan. Senarai sahabat yang dimiliki menggambarkan diri seseorang dan menjadi penarik untuk mendapatkan sahabat yang ramai (Tom Tang, 2008) dan menunjukkan popularitinya (Utz, 2010). Penyelidikan berkaitan jaringan sosial sebelum ini mengklasifikasikan ikatan yang terbina sebagai kuat atau lemah, heterogenous atau homogeneous, tetapi kajian semasa menunjukkan hubungan atau ikatan yang kuat dan lemah dapat dikekalkan di laman jaringan sosial (Boyd, 2006; Horrigan et al, 2006; Ellison, Steinfield & Lampe, 2007; Lenhart & Madden, 2007). Bagi Donath (2007), gabungan hubungan ini menjadikan “supernets” berdaya maju: ikatan yang kuat membawa kebolehpercayaan pada profil, manakala ikatan yang lemah akan memperluas skala dan skop jaringan.

KAEDAH

Pensampelan purposif dan keselesaan digunakan dalam kajian ini dengan mengedarkan soal selidik kepada pengguna aktif laman jaringan sosial memandangkan mereka kerap menggunakan media sosial ini. Mereka juga biasa dan mahir dengan hampir keseluruhan ciri umum yang tersedia dalam laman sosial. Responden juga dipilih dalam kalangan pengguna berdaftar jaringan sosial dalam talian melalui pemerhatian langsung menggunakan pensampelan mengikut keselesaan, iaitu memilih sesiapa sahaja yang tersedia ada ketika diperlukan dan memenuhi kriteria kajian yang ditetapkan (Fink, 2003). Hanya pengguna Malaysia yang aktif sahaja akan menjadi responden untuk penyelidikan ini. Soal selidik

diedarkan kepada responden melalui dua cara, iaitu secara bercetak dan dalam talian, iaitu menerusi e-mel.

Ketekalan dalaman instrumen tinjauan kajian ini dilakukan menggunakan ujian statistik Cronbach's Coefficient Alpha yang akan memberikan petunjuk korelasi purata item-item berbentuk ordinal atau skala. Hasil analisis menunjukkan bahawa kebolehpercayaan soal selidik umumnya boleh dianggap memadai bagi penyelidikan ini kerana nilai Cronbach's Alpha melebihi .70. Analisis penyelidikan ini lebih berbentuk statistik deskriptif yang sering digunakan untuk menjelaskan ciri-ciri asas data yang dikaji. Ia memberikan ulasan mudah tentang sampel dan ukurannya.

Daripada 400 responden atau pengguna aktif laman sosial yang terlibat dalam soal selidik ini, seramai 213 orang atau 53.2 peratus terdiri daripada responden perempuan dan 46.8 peratus lagi ialah lelaki. Kebanyakannya berusia antara 18 hingga 25 tahun (63 peratus) dan 26 hingga 35 tahun (26 peratus). Sebanyak 79 peratus belum berkahwin, manakala 21 peratus sudah berkahwin. Dari segi pendidikan, kebanyakannya berpendidikan kolej/universiti, iaitu seramai 286 orang, diikuti dengan STPM/ Diploma dan PMR/SPM dengan 19 peratus dan 9 peratus masing-masing. Maklumat tentang responden adalah seperti dalam Jadual 1.

Jadual 1: Profil Responden

	Frekuensi	Peratus (%)
Umur		
Kurang daripada 18 tahun	23	6.7
18-25 tahun	253	63.2
26-35 tahun	102	25.5
36-45 tahun	17	4.2
Lebih daripada 46 tahun	5	1.2
Gender		
Lelaki	187	46.8
Perempuan	213	53.2
Bangsa		
Melayu	328	82.0
Cina	36	9.0
India	25	6.2
Lain-lain	11	2.8
Status Perkahwinan		
Belum Berkahwin	316	79.0
Sudah Berkahwin	84	21.0

Tahap pendidikan pengguna		
Sekolah rendah	9	2.2
PMR/SPM	37	9.2
STPM/Diploma	57	14.2
Kolej/Universiti	286	71.5
Lain-lain	11	2.8
Pekerjaan		
Pelajar	212	53.4
Bekerja sendiri	15	3.8
Pekerja Swasta	61	15.4
Kakitangan kerajaan	95	23.9
Lain-lain	14	3.5

DAPATAN KAJIAN

Dapatan soal selidik mendapati bahawa hampir separuh daripada jumlah keseluruhan responden—dengan hampir 51.6 peratus daripadanya perempuan—secara purata memiliki 100-500 orang sahabat dalam satu-satu akaun jaringan sosial yang digunakan. Malah, lebih daripada satu per empat responden mempunyai purata sahabat antara 500-1,000 orang. Selain itu, lebih 12 peratus (45 orang) responden—iaitu hampir tiga per empat (71.1 peratus) daripadanya merupakan pelajar—memiliki lebih daripada 1,000 orang sahabat.

Hampir tiga per empat, iaitu 70 peratus atau 280 orang responden menyatakan bahawa jenis sahabat yang paling ramai dalam profil mereka ialah rakan sekolah/universiti/kolej. Hanya sedikit yang menyatakan bahawa kebanyakan sahabat mereka terdiri daripada rakan sekerja (7.5 peratus), rakan perniagaan/bidang yang sama (5.0 peratus), kawan rapat (4.8 peratus), dan ahli keluarga atau saudara mara (4.5 peratus). Namun, dapatan juga menunjukkan bahawa terdapat tujuh peratus atau 28 orang responden yang menyatakan bahawa orang yang tidak dikenali (*strangers*) ialah sahabat yang paling banyak dalam profil laman sosial mereka. Kurang daripada satu peratus atau seorang sahaja yang banyak berkawan dengan tokoh terkenal/ahli politik/selebriti. Mereka yang memiliki ramai sahabat yang terdiri dalam kalangan rakan sekerja dan rakan perniagaan/dalam bidang yang sama majoritinya ialah mereka yang sedang bekerja: 21.8 peratus pekerja swasta dan 32.9 peratus kakitangan kerajaan.

Dari segi kekerapan berhubung dalam jaringan sosial, dapatan menunjukkan bahawa interaksi dengan kawan rapat dan rakan sekolah/universiti/kolej adalah paling tinggi

berdasarkan skor min, iaitu 4.09 (SD=.946) dan 4.08 (SD=.894) masing-masing. Ini disokong dengan peratus kekerapan bagi “sangat selalu” dan “selalu” yang tinggi, tetapi peratusannya lebih tinggi sedikit bagi kawan rapat (rujuk Jadual 2). Dapatan juga menunjukkan bahawa majoriti responden jarang berinteraksi dengan orang yang tidak dikenali, tokoh terkenal/ahli politik/selebriti, dan lain-lain sahabat. Walau bagaimanapun skor min bagi berinteraksi dengan lain-lain jenis sahabat dan tokoh terkenal/ahli politik/selebriti adalah paling rendah, iaitu 1.84 (SD=1.24) dan 1.90 (SD=1.21) masing-masing. Ini dibuktikan dengan peratus kekerapan “tidak pernah” yang tinggi, iaitu masing-masing dengan 60.9 peratus dan 54.8 peratus.

Jadual 2. Kekerapan Berhubung dengan Sahabat dalam Jaringan Sosial

Jenis sahabat	Kekerapan (%)					Skor min (M)	Sisihan Piawai (SD)
	Tidak Pernah	Sangat jarang	Kadang-kadang	Selalu	Sangat selalu		
Kawan rapat	0.8	7.2	14.1	37.8	40.0	4.09	.95
Rakan sekolah/ universiti/kolej	0.5	4.0	21.2	35.8	38.5	4.08	.90
Ahli keluarga/saudara mara	3.8	15.2	30.5	33.0	17.5	3.45	1.06
Rakan sekerja	26.0	11.0	23.0	27.5	12.2	2.89	1.38
Orang yang tidak dikenali	35.8	33.2	14.5	10.5	6.0	2.18	1.20
Tokoh terkenal/ahli politik/selebriti	54.8	19.8	12.8	7.0	5.8	1.90	1.21
Lain-lain	60.9	13.8	13.0	6.1	6.4	1.84	1.24

Selain interaksi dalam jaringan sosial dalam talian, responden turut berinteraksi menggunakan alat atau bentuk komunikasi lain. Interaksi dan komunikasi menerusi Khidmat Pesanan Ringkas (SMS) mencatatkan nilai min tertinggi, iaitu 3.33 (SD=1.20). Peratusan frekuensi atau kekerapan “selalu” dan “sangat selalu” bagi item ini juga agak tinggi berbanding bentuk interaksi lain, iaitu 33.2 peratus (133 orang) dan 16.5 peratus (66 orang) masing-masing. Kurang 10 peratus sahaja yang tidak pernah menggunakan SMS sebagai salah satu cara interaksi dengan sahabat selain melalui media sosial ini.

Jadual 3: Kekerapan Cara Interaksi Selain Jaringan Sosial dalam Talian

Cara berinteraksi	Kekerapan (%)					Skor Min (M)	Sisihan Piawai (SD)
	Tidak pernah	Sangat Jarang	Kadang-kadang	Selalu	Sangat Selalu		
SMS	9.8	14.2	26.2	33.2	16.5	3.33	1.19
Pesanan Segera (YM, Skype dll)	10.0	17.5	29.2	26.5	16.8	3.23	1.21
Telefon	12.2	21.2	29.5	26.5	10.5	3.02	1.18
E-mel	11.0	24.5	30.5	24.0	10.0	2.98	1.15
Secara bersemuka	15.0	21.0	35.2	19.5	9.2	2.95	1.17
Surat/kad	53.2	31.2	10.0	4.2	1.2	1.71	.91

Dapatan juga menunjukkan bahawa majoriti responden melanjutkan perkenalan di dalam jaringan sosial ke luar talian. Ini kerana 54.5 peratus responden menyatakan bahawa mereka pernah bertemu secara bersemuka dengan sahabat yang dikenali dalam media sosial ini, manakala selebihnya menyatakan “tidak”. Pelbagai jawapan diberikan terhadap sebab atau alasan mereka bertemu atau tidak secara bersemuka dengan sahabat yang dikenali di jaringan sosial dalam talian. Hasil analisis mendapati bahawa perlanjutan persahabatan dari alam siber ke alam realiti boleh dikelompokkan kepada empat sebab utama: untuk membina ukhuwah atau mengenali sahabat dengan lebih dekat dan mendalam (42 peratus), sahabat sekolah/kampus yang sama dan yang telah lama terpisah (17 peratus), menghadiri majlis/acara kerana minat/bidang yang sama (13 peratus), dan lain-lain (yang melibatkan faktor hiburan, peribadi, dan pemesongan atau *diversion*) yang merangkumi lapan peratus daripada jumlah keseluruhan.

Responden yang tidak pernah berinteraksi secara peribadi juga memberikan pelbagai alasan yang secara keseluruhannya boleh dikategorikan kepada enam sebab utama. Yang paling utama ialah tiadanya kepentingan atau keperluan untuk berjumpa dan faktor keselamatan yang masing-masing mewakili 25 peratus. Pertemuan bersemuka dirasakan tidak begitu penting memandangkan mereka tidak begitu mengenali sahabat yang dikenali dalam talian secara peribadi ataupun dengan mendalam. Malah, ada yang menganggap pertemuan secara langsung tidak mendatangkan apa-apa faedah. Selain itu, ada juga yang memberikan alasan disebabkan kekangan masa dan faktor jarak atau geografi (15 peratus), hanya berkawan dengan mereka yang dikenali (11 peratus), terdapatnya perbezaan antara sahabat di luar talian dengan sahabat dalam talian (lima peratus), dan selebihnya lain-lain (termasuklah

malas, tidak mencari sahabat sedemikian, sebab peribadi, dan tiada sebab). Terdapat juga responden yang tidak memberikan sebab mereka bertemu atau tidak bertemu secara bersemuka sebagaimana yang diminta.

Di samping itu, seramai 194 atau 52.5 peratus menyatakan bahawa mereka tidak pernah terputus hubungan setelah menjalinkan persahabatan dalam jaringan sosial dalam talian, dan selebihnya pernah terputus hubungan dengan sahabat dalam talian mereka. Ini menunjukkan bahawa sama seperti perkenalan yang terbina di luar talian, hubungan persahabatan boleh berkekalan dan juga terputus bergantung pada kekerapan penggunaan seseorang terhadap media sosial ini. Hubungan persahabatan boleh terputus apabila ada sahabat yang terus menyahaktifkan akaunnya atau kurang kerap berada dalam talian.

Malah melalui media sosial ini, lebih satu per dua responden pernah memutuskan persahabatan yang terjalin dengan membuang sahabat daripada senarai sahabat mereka dengan pelbagai sebab. Majoritinya (hampir 65 peratus) disebabkan oleh sikap sahabat yang tidak memuaskan hati atau menjengkelkan seperti bergaduh, berlaku perselisihan faham, menggunakan bahasa yang tidak sopan, mempunyai pengaruh buruk, dan adanya gangguan seksual. Sebab lain ialah terlalu mempromosikan produk *Multilevel Marketing* (MLM), kurang aktif berkomunikasi, tidak dikenali langsung, dan lain-lain termasuklah tersilap menerima sahabat, akaun telah melebihi jumlah yang dihadkan, dan sebab peribadi (atau rahsia). Namun, ada juga yang tidak memberikan sebab mengapa mereka berbuat demikian.

PERBINCANGAN

Dalam budaya maya narsisisme, komposisi jaringan sahabat menjadi pengenalan identiti utama dan bagi Fraser dan Dutta (2008), ini menjadi pengukur yang mengesahkan penghormatan diri, pemberian status, dan mengukur modal sosial. Oleh sebab itu, dalam tinjauan soal selidik yang dilakukan, majoriti responden mempunyai 100 hingga 500 sahabat dalam satu-satu profil. Bagi Dunbar dan Dunbar (2010), had kognitif bagi mengekalkan hubungan sosial yang stabil adalah kira-kira 150. Jumlah sahabat yang ramai dikatakan mempunyai hubungan negatif dengan bantuan sosial (Kim & Lee, 2011) dan mungkin mengganggu proses perkongsian pengguna disebabkan perkara berkaitan privasi dan pengawasan sosial (Brandzaeg, Luders & Skjetne, 2010). Walaupun laman sosial menyediakan platform yang ideal untuk membentuk dan menguruskan presentasi atau

impresi diri, menurut Pempek, Yermolayeva dan Calvert (2009) ada pengguna media ini yang hanya melibatkan diri dengan pemerhatian secara pasif berbanding bersifat aktif dan interaktif.

Kajian ini mendapati bahawa kebanyakan sahabat pengguna laman sosial adalah mereka yang telah dikenali dan interaksi dilakukan bagi mengukuhkan jaringan sosial sedia ada. Ini sama dengan pendapat Hargittai (2007), Ellison, Steinfield, dan Lampe (2007), Joinson (2008), Coyle dan Vaughn (2008), dan Vasalou, Joinson dan Courvoisier (2010). Ikatan yang lemah sosial akan menjadi kuat dengan adanya kombinasi seperti intensiti hubungan, kekerapan komunikasi, dan timbal balik (de Meo et al 2014), maka ada persahabatan baharu yang terbina menerusi laman sosial ini dan dilanjutkan menerusi media lain seperti telefon dan khidmat pesanan ringkas. Bagi Yang et. al (2014), pemilihan teknologi bergantung pada kesesuaian dan kesamaan corak komunikasi hubungan yang membantu pengembangan hubungan. Malah, disebabkan teknologi komunikasi memberikan isyarat yang terhad berbanding interaksi bersemuka (Daft & Lengel, 1984), ada sebahagian pengguna laman sosial melanjutkan hubungan di luar talian (Anthenunis, Valkenburg, & Peter 2012).

Loise Barkhuus dan Juliana Toshiro (2010) mendapati jaringan sosial dalam talian merupakan alat yang sangat berguna dalam memulakan dan menguruskan pertemuan sosial kerana mampu membentuk interaksi dalam talian yang kasual yang seterusnya membawa kepada interaksi luar talian yang kasual. Media ini menjadi tempat berkumpul dan berinteraksi tanpa wujudnya status dan kedudukan kerana perbualan lebih mudah dilakukan tanpa menghiraukan kerenah birokrasi seperti di tempat kerja. Malah penggunaan rangkaian sosial dapat meninggikan harga diri pengguna, terutama dengan sahabat rapat yang membentuk ikatan yang kuat (Wilcox & Stephen 2013).

Dengan teknologi media ini, mereka juga tidak terikat dengan tanggungjawab atau komitmen yang memaksa mereka untuk mengekalkan perhubungan yang dibina. Oleh sebab itu, dapat dilihat bahawa ada antara pengguna yang membuang sahabat yang pernah diterima, terutama dengan mereka yang menunjukkan personaliti Machiavellianism dengan

memanipulasikan komunikasi dilihat oleh Brewer, Abell dan Lyons (2014) kurang jujur walaupun kerap mendedahkan maklumat berkenaan dirinya.

Namun, penerimaan dan pemutusan persahabatan yang terbentuk kadangkala dipengaruhi dengan budaya. Kajian eksperimen oleh Wang dan rakan-rakan (2011) menunjukkan bahawa orang Barat dan Asia bertindak dengan cara yang berbeza terhadap kejujuran dan penipuan daripada rakan dan orang yang tidak dikenali. Jenis hubungan dengan seseorang penting bagi orang Asia, tetapi tidak kepada golongan Barat. Orang Asia menunjukkan “favouritism” terhadap rakan mereka dengan memberikan ganjaran yang lebih berbanding menghukum, tetapi kepada mereka yang tidak dikenali, tindak balas sama ada memberikan ganjaran dan hukuman, adalah sama.

KESIMPULAN

Laman sosial dilihat mengubah konsep persahabatan, perkenalan peribadi, dan selebriti awam sehingga menyebabkan munculnya jenis persahabatan baharu seperti “friendster”, iaitu sahabat yang hanya dikenali dalam laman jaringan sosial (Donath, 2007) dan membawa pembentukan komuniti dalam talian atau komuniti maya (Bateman, 2008; Preece, 2000; Rheingold, 1993). Daripada tinjauan soal selidik yang dilakukan, hampir separuh daripada jumlah keseluruhan responden yang mengenali sahabat menerusi jaringan sosial mengehendkan persahabatan itu di dalam talian sahaja dan tidak melanjutkan perkenalan di luar talian. Ini menunjukkan bahawa jaringan sosial dalam talian digunakan sebagai alat dan tempat alternatif bagi berhubung dengan sesiapa sahaja, termasuk dengan orang asing. Malah ramai juga yang pernah terputus hubungan membuang sahabat dalam talian mereka. Ini berlaku kerana jaringan sosial ini dilihat sebagai “tempat ketiga” yang hanya sekadar tempat awam yang neutral dan mereka yang memasukinya bebas untuk datang dan pergi sesuka hati kerana tidak terikat dengan sebarang komitmen dan tanggungjawab.

Kajian ini lebih bersifat umum dan eksplotari. Kajian yang mendalam berkenaan persahabatan dalam talian mungkin boleh dilakukan seterusnya bagi melihat persepsi dalam kalangan pengguna media sosial terhadap keputusan dalam persahabatan atau hubungan yang berlaku dalam media ini. Ini kerana kesan terhadap penilaian atau pembuatan keputusan untuk menerima atau memutuskan persahabatan dalam talian berbeza dengan persahabatan di

luar talian. Kajian sebegini boleh memberikan pemahaman yang lebih kepada pengguna, terutama mereka yang memiliki jumlah sahabat dalam talian yang ramai.

BIODATA PENULIS

Siti Ezaleila Mustafa merupakan pensyarah kanan di Jabatan Pengajian Media, Fakulti Sastera dan Sains Sosial, Universiti Malaya. Memperoleh Ijazah Sarjana Muda (1999), Sarjana Pengajian Penerbitan (2002) dan Doktor Falsafah (2012) dari Universiti Malaya. ezaleila@um.edu.my

RUJUKAN

- Anthenunis, M. L., Valkenburg, P. M., & Peter, J. (2012). The quality of online, offline, and mixed-mode friendships among users of a social networking site. *Cyberpsychology: Journal of Psychosocial Research on Cyberspace*, 6(3). doi: [10.5817/CP2012-3-6](https://doi.org/10.5817/CP2012-3-6)
- Bacharach M & Gambetti D (2001). Trust in signs. Dlm K. Cook (Ed.), *Trust in Society* (h. 148-184). New York: Russel Sage Foundation.
- Barkhuus, L. & Toshiro, J. (2010, 10-15 April). Student socialization in the age of Facebook. Proceedings of the 28th International Conference on Human Factors in Computing Systems. New York: ACM (diperoleh dari portal ACM)
- Bateman, P. J. (2008). Online community referrals and commitment: How two aspects of community life impact member participation. Disertasi Ph.D., University of Pittsburg.
- Borgmann, A. (2004). Is the Internet the solution to the problem to the problem of community? Dlm. A. Feenberg & D. Barney (Eds.) *Community in the digital age*. (hlm. 53-68) Maryland: Rowman & Littlefield Publishers
- Boyd, D. (2006, Desember). Friends, Friendster and top 8: writing community into being on social network sites. *First Monday*, Jil 11, Bil. 12. Diakses dari <http://firstmonday.org/article/view/1418/1336#p5>
- Brewer G., Abell, L. & Lyons, M. (2014). Machiavellianism, competition and self-disclosure in friendship. *Individual Differences Research*. 12 (1), 1-7.
- Chayka, K. (2015, 2 Mac). Let's really be friend: A defense of online intimacy. New Republic. Diakses pada 20 Ogos 2015 dari <http://www.newrepublic.com/article/121183/your-internet-friends-are-real-defense-online-intimacy>.
- Coyle, C.L. & Vaughn, H. (2008). Social networking: Revolution or evolution? [Versi Elektronik] *Bell Labs Technical Journal*, 13 (2). 13-17. Doi 10.1002/bltj
- Daft RL and Lengel RH (1984) Information richness: A new approach to managerial behavior and organization design. *Research in Organizational Behavior* 6: 191–233.
- De Meo, P., et al. (2014). On Facebook, most ties are weak. *Communication of the ACM*. 57(11), 78-84. DOI:10.1145/2629438
- Donath, J. (2007). Signals in social supernets. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1), [Versi Elektronik] jcmc.indiana.edu/vol13/issue1/donath.html.
- Dunbar, R., & Dunbar, R. M. (2010). *How many friends does one person need? Dunbar's number and other evolutionary quirks*. London: Faber and Fabe
- Elder, A. (2014). Excellent online friendship: an Aristotlelian defense of social media. *Journal of Ethic Information and Technology*, 16:287–297

- 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, 1143–1168. doi:10.1111/j.1083-6101.2007.00367.x
- Farley A. (2013). Digital third places: using online spaces to connect to community. Dissertation Master of Arts in Organizational and Strategic Communication, Queens University of Charlotte. http://online.queens.edu/sites/que/files/third-places_ashleigh-farley.pdf
- Foster, J. W. (2013). Oldenburg's great good place online: assessing the potential for social network sites to serve as third places. PhD Dissertation. Texas Tech University. <https://repositories.tdl.org/ttu-ir/bitstream/handle/2346/58210/FOSTER-DISSERTATION-2013.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Greitemeyer, T. & Kunz, I. (2013). Name-valence and physical attractiveness in Facebook: Their compensatory effects on friendship acceptance. *Journal of Social Psychology*, 153 (3), 257-260.
- Gonchar, N. & Adams, J. R. (2002). Living in cyberspace: Recognizing the importance of the virtual world in social work assessments. *Journal of Social Work Education*. Vol. 36. Issue 3
- Hargittai, E. (2007). Whose space? Differences among users and non-users of social network sites. [Versi Elektronik] *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1). jcmc.indiana.edu/vol13/issue1/hargittai.html
- Joinson, A. N. (2008, 5-10 April). Looking at, looking up or keeping up with people? Motives and use of Facebook. Paper presented at the Proceeding of the 26th annual SIGCHI conference on Human factors in computing systems. Florence, Itali: ACM.
- 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
- Kwak, H, Chun, H, & Moon, S (2011). Fragile online relationship: a first look at unfollow dynamics in Twitter. CHI '11 Proceeding of the SIGCHI Conference on Human Factors in Computing Systems. Doi:10.1145/1978942.1979104
- Lenhart, A., & Madden, M. (2007, 18 April 18). Teen, privacy, & online social networks. Dlm. Pew Internet and American Life Project. Diakses pada 25 April 2008, dari www.pewInternet.org
- Levin, D. Z., & Cross, R. (2004). The strength of weak ties you can trust: The mediating role of trust in effective knowledge transfer. *Management Science*, 50 (11), 1477–1490.
- Manago, A. M., Taylor, T., & Greenfield, P. M. (2012). Me and my 400 friends: The

anatomy of college students' Facebook networks, their communication patterns, and well-being. *Developmental Psychology*, 48, 369–380. D

Mesch, G. S & Talmud, I. (2006). Online friendship formation, communication channel and social closeness. *International Journal of Internet Science*. 1 (1): 29-44. <http://soc.haifa.ac.il/~talmud/pdf/Online%20Friendship%20Formationpdf.pdf>

Nardi et al (2002). Integrating communication and information through ContactMap. *Communication of the ACM*, 45(4), 89-95.

New Media Consortium (2007). Social networking, the 'third place' and the evolution of communication. A White Paper. <http://www.nmc.org/pdf/Evolution-of-Communication.pdf>

Pena, J & Brody N. (2013). Intentions to hide and friend Facebook connections based on perceptions of sender attractiveness and status updates. *Computer in Human Behavior* 31 (February): 143-150.

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), article 1. doi: [10.5817/CP2012-1-2](https://doi.org/10.5817/CP2012-1-2)

Preece, J. (2000). *Online communities: designing usability, supporting sociability*. New York: John Wiley & Sons

Quercia, D., Bodagi, M. & Crowcraft, J. (2012). Loosing "friends" on Facebook. Proceedings of the 4th Annual ACM Web Science Conference.

Rheingold, H. (1993). The virtual community: Homesteading on the electronic frontier. Diakses pada 7 Ogos 2008, dari www.well.com/user/hlr/vcbook/index.html

Steinkuehler, C., and Williams, D. (2006). Where everybody knows your (screen) name: online games as "third places." *Journal of Computer-Mediated Communication*, 11(4). Diakses pada 14 Mei 2009. dari jcmc.indiana.edu/vol11/issue4/steinkuehler.html

Sibona, C. (2010). Unfriending on Facebook: Friend request and online/offline behaviour analysis. Kertas Penyelidikan. The Business School, University of Colorado Denver. <http://www.fyiliving.com/wp-content/uploads/2010/10/facebookunfriending.pdf>

Sibona, C. (2014). Facebook fallout: the emotional response to being unfriended on Facebook. 47th Hawaii International Conference on System Science. <http://ieeexplore.ieee.org/stamp/stamp.jsp?tp=&arnumber=6758815> DOI 10.1109/HICSS.2014.218

Tong, S. T., Van Der Heide, B., Langwell, L., & Walther, J. B. (2008). Too much of a good

- thing? The relationship between number of friends and interpersonal impressions on Facebook. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13, 531–549. doi:10.1111/j.1083-6101.2008.00409.x
- Utz, S. (2010). Show me your friends and I will tell you what type of person you are: How one's profile, number of friends, and type of friends influence impression formation on social network sites. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 15, 314–335. doi:10.1111/j.1083-6101.2010.01522.x
- Vasalou, A., Joinson, A. and Courvoisier, D. (2010). Cultural differences, experience with social networks and the nature of "true commitment" in Facebook. *International Journal of Human-Computer Studies*, 68, 719-728.
- Wang, C. S. et al. (2011). The effect of culture and friendship on rewarding honesty and punishing deception. *Journal of Experimental Social Psychology*. Vol. 47: 1295-1299.
- Wang, S. S et al. (2010). Face off: Implications of visual cues on initiating friendship on Facebook. *Computers in Human Behavior*, 26:226–234.
- Wilcox, K & Stephen, A. T (2014). Are close friends the enemy? Online social networks, self-esteem and self-control. *Journal of Consumer Research*. 40, 63-76.
- Yang, C., Brown, B.B. & Braun, M. T. (2013). From Facebook to cell calls: Layers of electronic intimacy in college students' interpersonal relationships. *New Media & Society* 16 (1): 5-23. Doi 10.1177/1461444812472486
- Zinoviev, D & Duong, V. (2009). Toward understanding friendship in online social networks. *International Journal of Technology, Knowledge and Society*. <http://arxiv.org/pdf/0902.4658v1.pdf>