

Pola Pameran Emosi Individu Introvert dan Ekstrovert dalam Facebook: Pendekatan Eksperimen Awal

SITI RAMIZAH KHAIRUNNISA MOHD RADZI
JUSANG BOLONG
EZHAR TAMAM
Universiti Putra Malaysia

ABSTRAK

Laman sosial *Facebook* telah menjadi sebuah ruang untuk pameran emosi kerana setiap pengguna bebas untuk memilih lokasi, masa dan jenis emosi yang ingin dipamerkan. Kepelbagaian karakter individu dalam laman sosial adalah berkait dengan personaliti kerana setiap personaliti mempunyai gaya yang berbeza untuk berkomunikasi dan bersosial dalam talian. Individu Introvert dan Ekstrovert adalah dua personaliti yang dominan dalam bidang komunikasi namun kedua-duanya mempamerkan karakter yang berlawanan antara satu sama lain. Persoalannya, apakah corak dan tujuan penggunaan *Facebook* oleh setiap personaliti dan adakah mereka menggunakan *Facebook* untuk pameran emosi? Satu eksperimen dalam talian (*online experiment*) telah dilaksanakan dalam *Facebook* dengan menggunakan 60 personaliti (30 individu Introvert, 30 individu Ekstrovert) yang dipilih menerusi kaedah persampelan mudah. Data kajian dianalisis dan dipersembahkan dalam bentuk deskriptif seperti frekuensi, peratusan dan skor min. Hasil kajian menunjukkan bahawa individu Introvert memperuntukkan masa yang lebih panjang untuk melayari *Facebook*. Seterusnya, individu Introvert dan Ekstrovert menggunakan *Facebook* dengan tujuan untuk mencari informasi dan mereka tidak berminat untuk mengintip aktiviti pengguna lain. Kedua-dua personaliti turut terlibat dalam aktiviti berkumpulan namun apabila *ingin* mempamerkan emosi, individu Introvert memilih mesej segera manakala individu Ekstrovert pula melalui tulisan dinding. Kesimpulannya, individu Introvert dan Ekstrovert mempunyai cara yang berbeza dalam memilih lokasi dan jenis emosi yang dipamerkan terutamanya dalam komuniti dalam talian. Dapatan kajian ini merupakan sebuah gambaran awal mengenai pameran emosi yang ditonjolkan oleh dua personaliti bipolar dalam interaksi dan sosialisasi. Diharapkan agar kajian akan datang dapat memberikan generalisasi dengan melibatkan khalayak *Facebook* yang lebih luas.

Kata Kunci: *Introvert, ekstrovert, personaliti, pameran emosi, Facebook.*

Patterns of Emotional Expression Among Introverts and Extroverts in Facebook: A Preliminary Experimental Approach

ABSTRACT

Facebook has become a space for emotional expression as users are allowed to select the location, time and type of emotion that they want to display. The diversity of individual characters in social networking sites is associated with the personality because each personality has different styles to communicate and socialize online. Introverts and Extroverts are the two dominant personalities in the communications field, yet both personalities show the opposite characters to each other. The question is, what is the pattern and the purpose of using Facebook by each personality and do they use Facebook to express emotion? An experiment was conducted online in Facebook with 60 subjects (30 Introverts and 30 Extroverts) through convenience sampling method. Data were analyzed and presented in a descriptive formation such as frequency, percentage and mean. The

results showed that Introvert spent more time online. Introverts and Extroverts use Facebook to seek for information and they aren't interested in stalking other people's activities. Furthermore, both personalities were involved in group activities but when they want to express the emotion, Introverts prefer to use instant messaging while Extroverts choose wall posts. In conclusion, Introverts and Extroverts have different ways of selecting the location and the type of emotion they want to express especially in online communities. This study has provided a preliminary overview of emotional expression by two bipolar personality in interaction and socialisation. It is hoped that future research can give a generalisation by involving a wider Facebook audience.

Keywords: *Introvert, extrovert, personality, emotion expression, Facebook.*

PENGENALAN

Mutakhir ini, akses Internet menjadi semakin mudah kerana perkembangan teknologi telah memudahkan pengguna untuk melayari pelbagai laman sesawang menerusi komputer dan telefon pintar (Nielsen, 2009). Misalnya, statistik yang dikeluarkan oleh International Telecommunication Union pada tahun 2013 menunjukkan bahawa capaian Internet di Malaysia telah meningkat hampir 40% dari tahun 2002 hingga 2012. Dari segi tahap umur pengguna, golongan belia berusia 20-29 tahun merupakan pengguna Internet tertinggi di Malaysia (SKMM, Q2, 2015).

Sejak Internet diperkenalkan pada awal 90-an, semakin banyak aplikasi perisian yang diwujudkan untuk tujuan berkomunikasi secara langsung (*chat, skype, webcam*) dan tidak langsung (*e-mail*). Gabungan semua elemen komunikasi ini (langsung dan tidak langsung) telah membentuk sebuah jaringan sosial; himpunan laman sesawang yang memudahkan pemerolehan maklumat daripada mana-mana sumber yang diingini seperti forum, blog, ruang sembang dan laman-laman sosial yang lain.

Setiap laman sosial mempunyai perincian yang pelbagai iaitu pengguna boleh menjalankan aktiviti peribadi (Gentile et al., 2012) seperti memuat naik status, gambar, informasi peribadi dan aktiviti interpersonal seperti menyertai kumpulan peminat (*fanpage*) dan berbalas komen dengan rakan. Dalam laman sosial, interaksi dengan pengguna lain akan terjalin dengan lebih baik kerana mereka bebas untuk memilih ruang sembang yang selesa buat diri sendiri (Parkinson, 2008).

Antara faktor yang menggalakkan pengguna untuk melayari laman sosial adalah keinginan mereka untuk membentuk hubungan jangka panjang (Steinfeld, Ellison & Lampe, 2008) dan membentuk hubungan sosial (Okdie et al., 2011) selain menjadikan laman sosial sebagai medan persembahan sendiri. Pengguna lelaki menggunakan laman sosial untuk berkongsi maklumat peribadi manakala pengguna perempuan mememanfaatkannya untuk tujuan berinteraksi dengan rakan-rakan (Fogel & Nehmad, 2009).

Sebilangan pengguna pula menjadikan laman sosial sebagai ruang mempamerkan emosi kerana mereka bebas memilih tempat, masa dan jenis emosi yang hendak diluahkan kepada rakan. Bukan itu sahaja, pameran emosi akan mendorong perkembangan hubungan (Parkinson, 2008) namun, pameran emosi yang keterlaluan akan mencetuskan pertelagahan (Hess & Bourgeois, 2010). Hal ini kerana, terdapat sebilangan pengguna yang tidak suka sekiranya emosi negatif dipamerkan pada mereka.

Menurut Ljepava et al. (2012), penggunaan laman sosial berkait dengan personaliti individu. Setiap personaliti mempunyai karakter yang berbeza-beza, ia dapat dilihat menerusi gaya berinteraksi, cara bersosial, tingkah laku psikologi dan lain-lain lagi. Contohnya, individu Ekstrovert menggunakan laman sosial sebagai medan untuk berkomunikasi dengan lebih lanjut dan mendalam (Tosun & Lajunen, 2010) manakala

individu *Openness* berasa menyesal kerana menjalinkan hubungan dalam talian (Moore & McElroy, 2012).

Setiap individu mempunyai cara yang berbeza-beza untuk berinteraksi dan menjalinkan hubungan dalam laman sosial. Hal ini kerana, hubungan interpersonal yang terjalin dalam laman sosial telah menggalakkan individu untuk mempamerkan emosi sekaligus memanfaatkan ruang tersebut untuk pameran emosi. Selain menggunakan teks, individu turut menggunakan ikon emosi semasa berinteraksi dengan pengguna yang lain. Tambahan lagi, individu bebas untuk mempamerkan emosi secara terbuka sama ada menerusi dinding peribadi ataupun dalam ruangan komen (Bazarova et. al., 2012).

Selanjutnya, setiap personaliti cenderung untuk melayari *Facebook* atas beberapa faktor seperti rasa percaya pada rakan, perasaan intim dan kerana kesannya terhadap pendedahan maklumat (Ljepava et al., 2012). Walau bagaimanapun, pengguna laman sosial dapat menyembunyikan karakter mereka daripada pengetahuan pengguna yang lain misalnya personaliti Psikotik yang menonjolkan diri mereka dengan cara yang berbeza dalam persekitaran bersemuka dan berperantaraan komputer (Tosun & Lajunen, 2010).

Interaksi dalam laman sosial menyebabkan pengguna mengabaikan norma yang sering dijaga dalam persekitaran bersemuka. Pengguna mengeksploitasi cara berbual mengikut saluran yang digunakan (Parkinson, 2008) menyebabkan interaksi dalam laman sosial meninggalkan pengaruh interpersonal yang lebih rendah kerana pengguna akan berjaga-jaga dalam mendedahkan identiti masing-masing (Sassenberg, Boss & Rabung, 2005).

Rentetan hasil kajian lepas lebih kerap berfokus pada hubungan antara individu Ekstrovert dengan ketagihan Internet (Wilson, Fornasier & White, 2010), kepuasan (Correa, Hinsley & Zuniga, 2010) dan penggunaan Internet (Wang et al., 2012). Walau bagaimanapun, personaliti yang berlawanan karakter dengan Ekstrovert iaitu individu Introvert dijangka memainkan peranan dalam pengaruh interaksi atas talian.

Berdasarkan kajian oleh Qiu et al., (2012), individu Ekstrovert mempunyai karakter yang positif dalam emosi dan interaksi semasa berada dalam persekitaran bersemuka. Persoalannya, adakah individu Ekstrovert juga menonjolkan emosi yang positif apabila menggunakan laman sosial? Bagaimana pula dengan personaliti yang berlawanan dengan individu Ekstrovert iaitu individu Introvert? Adakah individu Introvert mempamerkan emosi yang lebih positif dalam laman sosial?

Keterbukaan teknologi telah memberikan peluang pada individu Ekstrovert dan Introvert memanfaatkannya untuk tujuan pameran emosi. Daripada sisi lain, mereka juga mudah terdedah pada rangsangan media yang dikongsi oleh pengguna lain sekaligus memberi risiko terhadap emosi mereka. Keadaan emosi yang positif atau negatif yang dihadapi pada saat itu turut mempengaruhi persembahan emosi (Parkinson, 2008). Lantaran itu, adakah individu Introvert dan Ekstrovert akan menggunakan laman sosial untuk tujuan pameran emosi dan apakah kaedah yang digunakan untuk mempamerkan emosi dalam *Facebook*?

SOROTAN LITERATUR

Komunikasi berperantaraan komputer (KpK) meninggalkan kesan yang mendalam terhadap kepuasan (Savicki & Kelley, 2000), kedalaman dan kedekatan (Parks & Floyd, 1996) serta kemesraan (Derks, Fischer & Bos, 2007) dalam hubungan. Apabila pengguna berjaya menjalin hubungan interpersonal yang baik dengan pasangan dalam medium KpK, mereka

akan lebih selesa dan yakin untuk melakukan pendedahan sendiri dengan pengguna yang lain. Hasilnya, hubungan interpersonal yang terjalin dalam KpK akan menjadi lebih baik berbanding dalam persekitaran bersemuka (Pornsakulvanich, Haridakis & Rubin, 2008).

Selain itu, isyarat sosial dalam KpK adalah lemah kerana sifat KpK adalah tersembunyi (Parkinson, 2008). Pasangan tidak dapat membaca reaksi wajah, intonasi suara atau bahasa badan yang ditunjukkan oleh pengguna. Hal ini membolehkan mereka mengubah gaya komunikasi (Okdie et al., 2011) termasuklah memanfaatkannya untuk tujuan bersebang dengan individu yang tidak dikenali. Bukan itu sahaja, ruang KpK boleh dieksploitasi kerana mereka boleh menangguhkan interaksi (Parkinson, 2008) dan melewati lewatkan maklum balas (Scealy, Phillips & Stevenson, 2002).

KpK menjadi lokasi pilihan untuk menggantikan komunikasi bersemuka kerana KpK berupaya untuk mengubah corak interaksi pengguna. Pertama, pengguna dapat mengelakkan diri daripada mendedahkan identiti sebenar dengan penggunaan nama samaran; kedua, pengguna menggunakan KpK sebagai ruang untuk mempamerkan perkataan kurang sopan (Laflen & Fiorenza, 2012; Qiu et al., 2012); ketiga, pengguna mudah terdedah pada gangguan emosi kerana persekitaran KpK menjadikan pengguna berasa sunyi (Whitty & McLaughlin, 2007).

Secara umumnya, laman sosial merupakan cabang dalam KpK yang berfungsi sebagai ruang sembang secara terbuka dan tertutup, secara langsung dan tidak langsung. *Facebook* misalnya, merupakan sebuah laman sosial yang paling popular dengan bilangan pengguna aktif paling ramai di dunia kerana ia menawarkan kaedah perhubungan yang berbentuk mesra pengguna (*user-generated content*) dan pengguna boleh berkongsi pelbagai informasi dalam bentuk artikel dan visual dengan pengguna yang lain.

Laman sosial juga bertindak sebagai jaringan yang mempergiat hubungan contohnya, pengguna membentuk hubungan dalam persekitaran bersemuka terlebih dahulu sebelum melanjutkannya ke dalam laman sosial (Tosun & Lajunen, 2010). Sifat saling faham antara pengguna dan pasangan mereka akan meningkatkan kualiti dalam hubungan sekaligus mengurangkan tekanan emosi yang dihadapi (Kenny, Dooley & Fitzgerald, 2013).

Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi emosi menjadi lebih positif atau negatif. Antaranya adalah tanggapan penerima, saluran komunikasi, kelajuan Internet dan karakter sosial. Penyaluran maklumat yang tidak tepat akan mengubah corak interaksi (Dezecache, 2013), sebilangan individu menggunakan mesej segera untuk mempamerkan emosi positif dan emel untuk pameran emosi negatif (Riordan & Kreuz, 2010).

Seterusnya, kelajuan Internet yang perlahan akan menyebabkan pengguna berasa kecewa kerana tidak dapat berinteraksi dengan pasangan pada masa yang sama (Powers et al., 2011). Karakter sosial turut mempengaruhi pameran emosi kerana setiap personaliti diwakili dengan karakter misalnya Eysenck (1967) telah mencipta Roda Personaliti Eysenck dengan memberikan gambaran mengenai jenis karakter yang terdapat pada individu Introvert dan Ekstrovert mengikut keadaan emosi yang tertentu (Rujuk Rajah 1).

Perbezaan antara individu Introvert dan individu Ekstrovert dapat dilihat daripada dua sudut neurobiologi (Eysenck, 1967) dan interaksi sosial (Srivastava, Angelo & Vallereux, 2008). Pertama, persekitaran yang bising akan menjadikan individu Ekstrovert lebih cepat bosan kerana rangsangan otak mereka lebih perlahan berbanding individu Introvert. Kedua, individu Ekstrovert melibatkan diri dengan lebih kerap dalam interaksi sosial secara bersemuka berbanding individu Introvert yang lebih cenderung untuk menarik diri atas alasan faktor-faktor peribadi.

Personaliti dan penggunaan laman sosial saling berkait kerana setiap personaliti mempunyai karakter dan tingkah laku yang berbeza-beza apabila berinteraksi dengan pengguna yang lain. Beberapa penyelidik lepas membuktikan bahawa dua personaliti paling dominan dalam interaksi laman sosial adalah individu Introvert dan individu Ekstrovert (Tosun & Lajunen, 2010; Moore & McElroy, 2012; Orchard et al., 2014).

Individu Ekstrovert lebih dikenali sebagai personaliti yang gemar bersembang, mempunyai tahap keyakinan diri yang tinggi dan bersedia untuk mencari dan membentuk hubungan baru dalam laman sosial. Mereka menggunakan laman sosial untuk melanjutkan interaksi sedia ada iaitu daripada persekitaran bersemuka (Tosun & Lajunen, 2010) kerana mereka memperuntukkan masa yang lebih panjang untuk bersosial dengan rakan-rakan dalam laman sosial (Wilson, Fornasier & White, 2010).

Selain itu, individu Ekstrovert menggunakan laman sosial untuk membentuk hubungan yang lebih mendalam dengan pengguna lain sekaligus merangsang mereka untuk menonjolkan diri sendiri (Hollenbaugh & Ferris, 2014). Namun, mereka tidak gemar mengemas kini status dan mendedahkan diri secara publik dalam tulisan dinding (Winter et al., 2014). Hal ini menunjukkan bahawa walaupun individu Ekstrovert mempunyai perwatakan yang terbuka namun mereka masih mengawal pendedahan maklumat daripada pengetahuan rakan-rakan.

Berbanding dengan individu Introvert, mereka mempunyai karakter tertutup dan kurang gemar bersosial dengan rakan-rakan dalam persekitaran bersemuka (Srivastava, Angelo & Vallereux, 2008) sekaligus memanfaatkan ruang dalam laman sosial untuk berinteraksi dan bersosial (Mitchell et al., 2013). Namun begitu, kajian Orchard et al. (2014) memberikan pandangan yang berbeza iaitu individu Introvert tidak menjalinkan hubungan atas talian kerana tidak mahu berkongsi maklumat dengan rakan-rakan baru atau lama.

Komunikasi emosi ditakrifkan sebagai sebuah kaedah penyampaian mesej dengan pergerakan yang berterusan menerusi tubuh dan muka. Ia juga melibatkan penggunaan bahasa badan lebih-lebih lagi sekiranya terdapat sebarang perkara yang tidak dapat diucapkan dengan perkataan (Parkinson, 2008). Komunikasi emosi juga dikenali sebagai pameran emosi atau luahan perasaan; sebuah perkongsian emosi antara dua atau lebih individu (Derks et al., 2008).

Komunikasi emosi melibatkan suatu teknik penyampaian idea melalui kaedah bukan verbal atau paraverbal (Barile & Durso, 2002), secara dalaman atau luaran (Derks, Fischer & Bos, 2007). Pameran emosi secara dalaman dinyatakan dalam bentuk tulisan (saya marah ni!), rujukan (gambarnya cantik) kecenderungan aksi (aku nak pukul kau!) atau emblem (*smiley*) manakala pameran emosi secara luaran adalah seperti gaya bahasa yang digunakan semasa berinteraksi dengan rakan dalam laman sosial.

Menerusi Model Hyperpersonal, Walther (1996) menyatakan bahawa pengguna laman sosial akan membina tanggapan tersendiri terhadap pasangan. Hal ini kerana, sebilangan pengguna mempamerkan emosi kepada pasangan dengan sewenang-wenangnya yang menyebabkan pasangan tidak dapat mentafsir mesej emosi tersebut secara tepat. Hal ini menyebabkan pasangan menginterpretasi mesej emosi ini mengikut kefahaman sendiri (Parkinson, 2008).

Walau bagaimanapun, pameran emosi yang negatif dan tidak sopan akan menyebabkan pengguna tidak berminat untuk meneruskan interaksi dengan pasangan kerana mereka tidak suka jika emosi negatif dipamerkan pada mereka (Hess & Bourgeois, 2010). Dari perspektif jantina, pengguna perempuan lebih selesa menggunakan teks sebagai

kaedah berinteraksi dengan rakan manakala pengguna lelaki menggunakan teks dengan perkataan yang kasar apabila bercakap dengan sesama jantina (Savicki & Kelley, 2000).

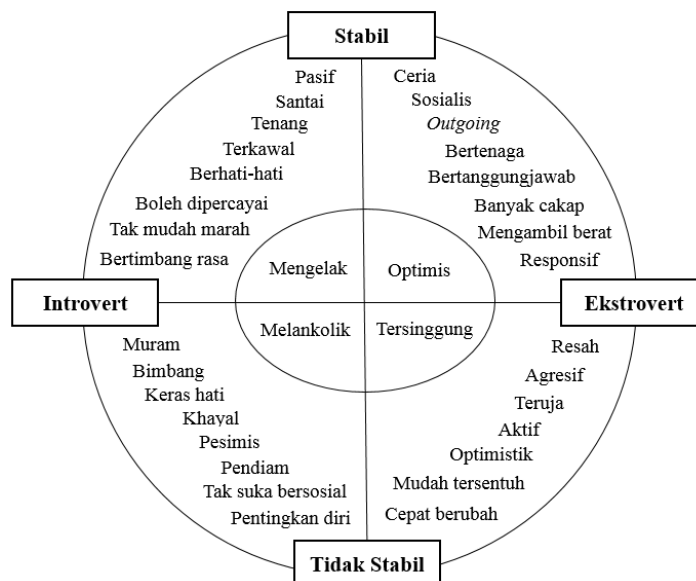
Berpandukan kajian Mitchell et al. (2013), individu Introvert menghabiskan masa yang lebih panjang dengan melakukan aktiviti atas talian kerana ia menjadikan mereka lebih gembira. Sifat laman sosial yang tertutup telah memberikan manfaat pada individu Introvert untuk bersosial. Individu Ekstrovert turut melayari laman sosial dalam tempoh masa yang panjang (Wilson, Fornasier & White, 2010) termasuklah membentuk jaringan hubungan yang lebih mendalam (Hollenbaugh & Ferris, 2014).

Dalam laman sosial, profil peribadi yang menarik adalah penting untuk memulakan perkenalan. Hasil kajian Sonja (2010) menunjukkan bahawa pengguna laman sosial gemar berkawan dengan individu Introvert kerana mereka lebih kerap memberikan perhatian pada rakan berbanding individu Ekstrovert yang memiliki ramai rakan tetapi hubungannya secara permukaan sahaja. Individu Ekstrovert akan menulis dengan perkataan yang ringkas semasa bersembang kerana mereka ingin berinteraksi dengan lebih banyak rakan dalam satu-satu masa demi menjaga hubungan yang dibentuk dalam laman sosial (Qiu et al., 2012).

MODEL HYPERPERSONAL DAN RODA PERSONALITI EYSENCK

Model Hyperpersonal (Walther, 1997) terdiri daripada empat elemen iaitu sumber (*source*), penerima (*receiver*), saluran (*channel*) dan maklum balas (*feedback*). Menurut model ini, segala tindakan individu dalam laman sosial memberi manfaat yang lebih luas berbanding dalam persekitaran bersemuka. Tambahan lagi, mesej yang tidak dapat disampaikan dalam persekitaran bersemuka akan disusun semula menjadi sebuah mesej yang bermakna (Walther, 2007) kerana interaksi dalam laman sosial bergantung pada tulisan sebagai mekanisme utama. Hal ini kerana, sumber mempunyai masa untuk memikirkan mesej yang hendak dihantar kepada penerima (Riordan & Kreuz, 2010).

Sumber terdiri daripada pengguna laman sosial yang mempunyai pelbagai karakter. Misalnya, Roda Personaliti Eysenck (Eysenck, 1967) menjelaskan bahawa individu yang berpersonaliti bipolar mempunyai karakter yang berlawanan antara satu sama lain. Dalam konteks kajian berperantaraan komputer, Roda Personaliti Eysenck dapat menyumbang kefahaman bahawa individu Introvert dan Ekstrovert berupaya menonjolkan sisi berbeza apabila menggunakan laman sosial. Dari sisi yang positif, individu yang beremosi stabil akan 'Mengelak' (Introvert) dan lebih 'Optimis' (Ekstrovert) manakala individu yang beremosi tidak stabil akan berperasaan 'Melankolik' (Introvert) dan 'Tersinggung' (Ekstrovert).



Rajah 1: Roda personaliti Eysenck.
(Eysenck personality of wheel oleh Eysenck & Eysenck, 1975).

METODOLOGI KAJIAN

Sebuah eksperimen dalam talian (*online experiment*) telah dijalankan dengan menggunakan *Facebook* sebagai ruang eksperimen. Penyelidik telah mewujudkan sebuah akaun *Facebook* dan seramai 183 subjek telah ditambah sebagai rakan dalam *Facebook* berkenaan. Kesemua subjek dipilih secara mudah menerusi laman *Facebook* Majlis Perwakilan Pelajar Universiti Putra Malaysia (MPPUPM), UPM Putra Confessions dan *mutual friends*. Subjek yang dipilih ini merupakan golongan pelajar yang sedang menuntut di institusi pengajian tinggi kerana mereka adalah individu yang paling aktif melayari laman sosial (Mack et al., 2007).

Memandangkan kajian ini menggunakan rekabentuk eksperimen, bilangan subjek yang digunakan sebagai responden adalah 60 orang (30 Introvert dan 30 Ekstrovert). Bagi mengenalpasti kriteria subjek sama ada Introvert atau Ekstrovert, instrumen personaliti dalam soal selidik *Eysenck Personality Questionnaire-Extraversion* (EPQ-E) telah digunakan. EPQ-E terdiri daripada 21 soalan yang mengukur jenis personaliti individu sama ada Introvert atau Ekstrovert.

Dengan menggunakan kaedah persampelan mudah, seramai 30 orang dipilih sebagai subjek yang mewakili setiap personaliti. Menurut Sani dan Todman (2006), bilangan subjek seramai 20 orang adalah memadai sebagai sampel dalam kajian eksperimen. Oleh itu, bilangan sampel seramai 30 orang dalam eksperimen ini telah memenuhi syarat seperti yang dinyatakan oleh penyelidik yang lepas.

Kajian ini merupakan kajian eksperimen awal (*preliminary*) yang mengukur emosi individu Introvert dan Ekstrovert dalam persekitaran yang tertutup dan terkawal. Ruang dalam *Facebook* adalah sebuah persekitaran yang tertutup dan kriteria subjek yang diperlukan adalah memenuhi syarat kajian iaitu pengguna *Facebook*. Dari sudut kognitif, setiap subjek akan memberi jawapan berpandukan keadaan emosi dan tindakan yang dilakukan sepanjang melayari *Facebook*. Kaedah eksperimen dipilih kerana setiap subjek boleh menjawab setiap soalan yang berkaitan dengan emosi dan penggunaan *Facebook* dalam persekitaran yang dikawal sepanjang proses pengumpulan data dijalankan.

Seterusnya, daripada 183 orang rakan yang ditambah sebagai rakan, hanya 105 rakan sahaja yang bersetuju untuk menyertai kumpulan Emosi dan EPQ sekali gus menjadi subjek yang berpotensi (*potential subject*) dalam kajian eksperimen ini. Daripada 105 orang rakan ini, hanya 60 rakan sahaja yang diperlukan (30 individu Introvert, 30 individu Ekstrovert) manakala baki rakan yang lain diletakkan sebagai subjek simpanan sekiranya berlaku ralat dalam pengumpulan data. Kesemua subjek menerima maklumat tentang prosedur kajian dalam kumpulan Emosi dan EPQ yang disertai.

Set soal selidik terdiri daripada 5 bahagian yang mengukur (a) demografi, (b) personaliti, (c) pola penggunaan *Facebook*, (d) tujuan penggunaan *Facebook* dan (e) pola pameran emosi. Untuk mengukur personaliti, penyelidik telah mengadaptasi soal selidik personaliti oleh *Eysenck Personality Questionnaire* (1975) yang telah diterjemah ke dalam Bahasa Melayu oleh Asgari (2002). Sebanyak 19 soalan tertutup (Ya atau Tidak) diajukan untuk mengukur personaliti individu sama ada mereka Introvert atau Ekstrovert. Seterusnya, soalan dalam Bahagian C dan D diadaptasi daripada soal selidik *The Facebook Questionnaire* oleh Ross et al. (2004) iaitu soalan yang berkaitan dengan pola dan tujuan penggunaan *Facebook*. Pada bahagian E, sebanyak 4 soalan diajukan tentang lokasi dan kekerapan pameran emosi dalam *Facebook*.

Data yang diperoleh menerusi borang soal selidik dianalisis dengan menggunakan *Statistical Packages for Social Sciences* (SPSS versi 22.0) dan dipersembahkan dalam bentuk deskriptif. Analisis deskriptif yang melibatkan kekerapan (peratus), min dan sisihan piawai digunakan untuk mengukur data yang berkaitan dengan demografi, pola penggunaan *Facebook* dan penentuan personaliti.

HASIL ANALISIS DAN PERBINCANGAN

Menerusi Jadual 1, bilangan responden berdasarkan jantina yang mewakili setiap personaliti adalah tidak seimbang iaitu individu Introvert (lelaki, 43.3%; perempuan, 56.7%) dan individu Ekstrovert (lelaki, 53.3%; perempuan, 46.7%). Majoriti pengguna *Facebook* terdiri daripada individu berusia 20-24 tahun (individu Introvert, 86.6%; individu Ekstrovert, 93.4%) dan berbangsa Melayu (individu Introvert, 96.7%, individu Ekstrovert, 100.0%).

Selari dengan data oleh *socialbakers.com* (2014), pengguna *Facebook* yang tertinggi di Malaysia berada dalam kelompok usia 18-24 tahun. Tambahan lagi, kategori umur bagi setiap personaliti adalah dikawal dengan justifikasi bahawa pengguna *Facebook* tertinggi adalah dalam kalangan pelajar universiti (Mack et al., 2007) namun terdapat sebilangan personaliti yang menuntut di universiti berada pada kategori umur 25 tahun dan ke atas.

Seterusnya, walaupun laporan oleh Suruhanjaya Komunikasi Multimedia Malaysia (SKMM, Laporan suku tahun kedua, 2015) menyatakan bahawa pengguna *Facebook* terdiri daripada pengguna pelbagai bangsa namun kajian ini didominasi oleh bangsa Melayu.

Jadual 1: Taburan profil responden mengikut personaliti (n=60).

Profil	Peratus (Kekerapan)	
	Individu Introvert	Individu Ekstrovert
Jantina		
Lelaki	43.3 (13)	53.3 (16)
Perempuan	56.7 (17)	46.7 (14)
Usia (tahun)		
20 – 24	86.6 (26)	93.4 (28)
25 – 29	13.4 (4)	6.6 (2)
Bangsa		
Melayu	96.7 (29)	100.0 (30)
Cina	3.3 (1)	0 (0)
India	0 (0)	0 (0)
Lain – lain	0 (0)	0 (0)

Nota: Dalam kurungan adalah kekerapan (orang).

Berbandukan Jadual 2, walaupun individu Introvert lebih dikenali sebagai individu yang kerap menarik diri daripada bersosial (Srivasta, Angelo & Vallereux, 2008), namun mereka masih mengekalkan hubungan dengan rakan-rakan (min=1.57, s.p=0.50), berasa lebih bebas (min=1.50, s.p=0.51) dan periang (min=1.47, s.p=0.51). Namun begitu, individu Introvert tidak gemar untuk melibatkan diri dalam majlis sosial (min=1.20, s.p=0.40), lebih gemar membaca buku daripada berkenalan dengan orang lain (min=1.20, s.p=0.41) dan tidak peramah apabila bersama dengan orang lain (min=1.17, s.p=0.38).

Keadaan ini menunjukkan bahawa individu Introvert adalah individu yang periang dan masih menjalin interaksi sosial dengan rakan namun apabila berada dalam khalayak yang lebih luas, mereka tidak cenderung untuk memulakan hubungan dengan rakan-rakan baru. Hal ini kerana mereka lebih selesa untuk berada dalam persekitaran yang tenang daripada terlibat dalam majlis sosial. Dapatan kajian ini menyokong sebahagian daripada ciri dalam Roda Personaliti Eysenck (1975) yang menyatakan bahawa individu Introvert adalah individu yang pendiam dan tidak suka bersosial.

Menerusi Jadual 2 juga, definisi karakter individu Ekstrovert dapat dilihat menerusi kecenderungan mereka untuk bergaul dengan rakan-rakan (min=2.00, s.p=0.0), mempunyai pelbagai hobi (min=1.90, s.p=0.31) dan suka bersiar-siar (min=1.90, s.p=0.31). Namun begitu, sifat individu Ekstrovert yang gemar pada keseronokan (Eysenck, 1975) tidak disokong dalam kajian ini kerana majoriti individu Ekstrovert tidak cenderung untuk terlibat dalam majlis sosial (min=1.40, s.p=0.40) walaupun Srivasta, Angelo dan Vallereux (2008) menyatakan bahawa individu Ekstrovert kerap melibatkan diri dalam interaksi sosial.

Secara umumnya, analisis terhadap individu Ekstrovert menunjukkan bahawa mereka mempunyai sifat yang positif dalam pelbagai aspek termasuklah komunikasi, pergaulan dengan rakan-rakan dan melakukan pelbagai aktiviti yang menggembarakan diri sendiri. Namun demikian individu Ekstrovert tidak cenderung untuk terlibat secara aktif dalam majlis yang melibatkan khalayak yang besar.

Dapatan kajian mengenai profil individu Introvert dan Ekstrovert menunjukkan bahawa kedua-dua personaliti mempunyai persamaan dari sudut hubungan sosial iaitu mereka suka bergaul dengan rakan-rakan. Tambahan lagi, hasil kajian oleh Utz (2010) turut menyatakan bahawa individu Introvert akan menjaga perhubungan yang dibentuk dan memberikan perhatian pada rakan-rakan.

Jadual 2: Profil individu Introvert dan individu Ekstrovert.

Bil	Kriteria	Individu Introvert		Individu Ekstrovert	
		Min	S.P	Min	S.P
1.	Saya suka bergaul dengan rakan-rakan	1.57	0.50	2.00	0.0
2.	Saya menganggap diri saya seorang yang bebas	1.50	0.51	1.87	0.35
3.	Orang lain anggap saya periang	1.47	0.51	1.70	0.47
4.	Saya seorang yang periang	1.43	0.50	1.83	0.38
5.	Berkebolehan mengendalikan majlis	1.43	0.50	1.73	0.45
6.	Saya mempunyai pelbagai hobi	1.40	0.50	1.90	0.31
7.	Saya suka bersiar-siar	1.40	0.50	1.90	0.31
8.	Saya melepaskan diri daripada masalah dengan bersuka ria dalam keramaian yang meriah	1.37	0.49	1.67	0.48
9.	Ambil bahagian dalam kegiatan yang melebihi kemampuan masa	1.37	0.49	1.60	0.50
10.	Saya seorang yang banyak cakap	1.33	0.48	1.57	0.50
11.	Saya ambil inisiatif berkenalan dengan kawan baru	1.33	0.48	1.80	0.41
12.	Suka dengan kemeriahan di sekeliling	1.33	0.48	1.87	0.35
13.	Berkenalan dengan kawan-kawan baru	1.27	0.45	1.80	0.41
14.	Saya mempunyai ramai kawan	1.23	0.45	1.83	0.38
15.	Buat sesuatu yang memerlukan tindakan segera	1.23	0.43	1.87	0.35
16.	Jawapan tersedia bila bercakap dengan seseorang	1.20	0.41	1.60	0.50
17.	Melibatkan diri dalam majlis sosial	1.20	0.40	1.40	0.50
18.	Gemar berkenalan dengan orang daripada baca buku	1.20	0.41	1.80	0.41
19.	Peramah bila bersama dengan orang lain	1.17	0.38	1.67	0.48
	Min keseluruhan	1.34	0.47	1.76	0.40

Nota: 1=Tidak, 2=Ya, Min=Purata, S.P=Sisihan piawai.

Jadual 3 menunjukkan dapatan kajian tentang pola penggunaan *Facebook* bagi individu Introvert dan individu Ekstrovert. Secara umumnya, individu Introvert memperuntukkan masa yang lebih panjang untuk melayari *Facebook* iaitu lebih daripada 3 jam dalam sehari (33.3%) manakala majoriti individu Ekstrovert hanya melayari *Facebook* selama 10 hingga 30 minit dalam sehari (23.3%).

Situasi ini membuktikan bahawa individu Introvert lebih cenderung untuk bersosial dalam persekitaran yang tertutup seperti dalam laman sosial sekaligus menyokong hasil kajian Mitchell et al. (2013) yang membuktikan bahawa individu Introvert meluangkan masa yang lebih panjang dengan melakukan pelbagai aktiviti dalam laman sosial. Bukan itu sahaja, sebilangan individu Introvert lebih kerap menggunakan Internet kerana mereka berasa lebih gembira dan ingin mendapatkan sokongan sosial daripada pengguna lain (Mitchell et al., 2013).

Kedua-dua personaliti turut melibatkan diri dengan kumpulan (*Groups*) dalam *Facebook* iaitu setiap personaliti menyertai sekurang-kurangnya 20 kumpulan *Facebook* (Individu Introvert, 83.3%; Individu Ekstrovert, 59.9%). Dapatan kajian ini menunjukkan bahawa mereka bukan sahaja melakukan pelbagai aktiviti yang berbentuk personal malahan juga menyertai pelbagai kumpulan untuk menimbulkan rasa kedekatan sekali gus menjalankan aktiviti interpersonal dengan pengguna yang lain.

Bukan itu sahaja, data yang diperoleh turut menunjukkan bahawa terdapat sebilangan individu Ekstrovert yang turut serta dalam lebih banyak kumpulan sekaligus membuktikan bahawa mereka mahu terlibat dalam interaksi dan menjalin hubungan dengan lebih ramai pengguna dalam laman sosial. Sebagaimana dapatan kajian lepas tentang individu Ekstrovert dan penggunaan laman sosial, individu Ekstrovert lebih mendominasi ruang maya itu untuk tujuan interaksi termasuklah bersosial dengan lebih

ramai rakan dalam satu-satu masa (Wilson, Fornasier & White, 2010; Hollenbaugh & Ferris, 2014).

Jadual 3: Pola penggunaan *Facebook* (n=60).

Perkara	Peratus	
	Individu Introvert	Individu Ekstrovert
Masa melayari <i>Facebook</i> (per hari)		
Kurang daripada 10 minit	6.7	16.7
10 – 30 minit	16.7	23.3
31 – 60 minit	13.3	10.0
1 – 2 jam	16.7	10.0
2 – 3 jam	13.3	20.0
Lebih daripada 3 jam	33.3	20.0
Jumlah <i>Groups</i> yang disertai		
Kurang daripada 20	83.3	59.9
21 – 40	9.9	23.2
41 – 60	6.6	10.0
61 – 80	0	3.3
Lebih daripada 80	0	3.3

Seterusnya, Jadual 4 menunjukkan bahawa kedua-dua personaliti menggunakan *Facebook* untuk mengumpul informasi menerusi perkongsian dengan rakan-rakan dalam *timeline* mahupun kumpulan yang disertai (individu Introvert, 86.7%; individu Ekstrovert, 93.3%). Selari dengan hasil kajian oleh Hew (2011), sebilangan pengguna *Facebook* terutamanya pelajar menggunakan *Facebook* dengan tujuan untuk melakukan aktiviti berasaskan pendidikan.

Selain itu, 15 individu Introvert bersetuju untuk menggunakan *Facebook* sebagai kaedah unuk mengalihkan perhatian daripada tugas harian (50.0%) namun 23 orang Ekstrovert tidak bersetuju dengan tujuan tersebut. Situasi ini menunjukkan bahawa individu Introvert lebih cenderung untuk menjalankan pelbagai aktiviti berbentuk peribadi dan interpersonal dengan pengguna *Facebook* yang lain berbanding individu Ekstrovert.

Kajian ini telah memberikan dapatan kajian yang baru bagi menambah baik kajian oleh Correa, Hinsley dan Zuniga (2010) yang menyatakan bahawa individu Ekstrovert yang beremosi tidak stabil sahaja adalah pengguna kerap laman sosial kerana ia menjadi cara untuk mendapatkan perhatian daripada rakan-rakan yang lain. Hal ini menunjukkan bahawa selain daripada faktor emosi yang tidak stabil, individu yang mempunyai karakter tertutup seperti individu Introvert turut menjadikan laman sosial sebagai medium pengganti untuk mengalihkan perhatian daripada tugas harian.

Menerusi jadual yang sama, 60 peratus individu Ekstrovert menggunakan *Facebook* untuk berinteraksi dengan rakan lama manakala individu Introvert tidak menggunakan *Facebook* untuk tujuan yang demikian (70.0%). Dapatan kajian ini menyokong hasil kajian Mark dan Ganzach (2014) yang menyatakan bahawa individu Ekstrovert menggunakan laman sosial untuk mengembangkan hubungan sosial yang telah dibentuk dalam persekitaran bersemuka kerana perbualan yang berterusan merupakan sebahagian daripada sifat sosial mereka yang memang gemar bercakap (Eysenck, 1967).

Kedua-dua personaliti juga tidak bersetuju untuk menggunakan *Facebook* bagi mencari maklumat tentang individu yang mereka suka (individu Introvert, 70.0%; individu Ekstrovert, 56.7%). Walaupun sebilangan pengguna kerap menggunakan laman sosial untuk mendedahkan maklumat peribadi (Fogel & Nehmad, 2009) namun, kedua-dua personaliti

tidak cenderung untuk mencari maklumat atau mengintip aktiviti individu lain. Tambahan lagi, kedua-dua personaliti menggunakan laman sosial untuk tujuan interaksi, hiburan, akademik dan pendedahan sendiri (Hollenbaugh & Ferris, 2014; Mark & Ganzach, 2014).

Jadual 4: Tujuan penggunaan *Facebook* (n=60).

Bil	Tujuan	Peratus (Kekerapan)			
		Individu Introvert		Individu Ekstrovert	
		Ya	Tidak	Ya	Tidak
1.	Mengumpul informasi	86.7 (26)	13.3 (4)	93.3 (28)	6.7 (2)
2.	Alih perhatian daripada tugas harian	50.0 (15)	50.0 (15)	23.3 (7)	76.7 (23)
3.	Komunikasi dengan rakan baru dikenali	43.3 (13)	56.7 (17)	46.7 (14)	53.3 (16)
4.	Komunikasi dengan rakan lama	30.0 (9)	70.0 (21)	60.0 (18)	40.0 (12)
5.	Cari maklumat tentang individu lain	30.0 (9)	70.0 (21)	43.3 (13)	56.7 (17)

Nota: Dalam kurungan adalah kekerapan (orang).

Berdasarkan Jadual 5, individu Introvert lebih selesa menggunakan mesej segera (63.3%) manakala individu Ekstrovert pula mempamerkan emosi dalam tulisan dinding (83.3%). Sifat mesej segera yang tertutup dan peribadi telah memberikan kelebihan pada individu Introvert untuk memanfaatkan ruang tersebut sekali gus menunjukkan bahawa individu Introvert cenderung untuk mempamerkan emosi dalam persekitaran tersembunyi dengan pasangan. Berlainan pula dengan individu Ekstrovert, mereka tertarik untuk mempamerkan emosi dalam persekitaran yang lebih terbuka dan boleh dibaca oleh rakan-rakan yang lain.

Seterusnya, pameran emosi dalam laman sosial terdiri daripada pameran emosi positif dan negatif. Dapatan kajian menunjukkan bahawa kedua-dua personaliti mempamerkan emosi positif dan negatif pada peratusan yang sama iaitu kurang daripada 25 peratus. Selari dengan dapatan kajian dalam Jadual 4, individu Introvert dan Ekstrovert menggunakan laman sosial berkenaan untuk mengumpul informasi dan berkongsi maklumat dengan rakan-rakan yang lain. Walaupun mereka menggunakan *Facebook* untuk tujuan pameran emosi namun kekerapannya adalah pada tahap yang rendah.

Jadual 5: Pola pameran emosi (n=60).

Perkara	Peratus (Kekerapan)	
	Individu Introvert	Individu Ekstrovert
Lokasi pameran emosi		
Tulisan dinding (<i>wall post</i>)	36.7 (11)	83.3 (25)
Mesej segera (<i>inbox</i>)	63.3 (19)	10.0 (3)
Dinding rakan (<i>friend's wall</i>)	0 (0)	6.67 (2)
Emosi positif (%)		
Kurang daripada 25	63.3 (19)	43.3 (13)
25 – 50	13.3 (4)	23.3 (7)
51 – 75	10.0 (3)	13.3 (4)
Lebih daripada 75	13.3 (4)	20.0 (6)
Emosi negatif (%)		
Kurang daripada 25	83.3 (25)	76.7 (23)
25 – 50	13.3 (4)	20.0 (6)
51 – 75	3.3 (1)	3.3 (1)
Lebih daripada 75	0 (0)	0.0 (0)
Pamer emosi dalam Groups		
Ya	16.7 (5)	66.7 (20)
Tidak	83.3 (25)	33.3 (10)

Nota: Dalam kurungan adalah kekerapan (orang).

Dapatan kajian turut menunjukkan bahawa individu Ekstrovert memanfaatkan ruang dalam kumpulan untuk pameran emosi (66.7%). Situasi ini menggambarkan bahawa individu Ekstrovert berfikiran lebih terbuka kerana mereka bersedia untuk mempamerkan emosi dalam kumpulan walaupun kumpulan tersebut boleh terdiri daripada rakan-rakan mahupun individu yang tidak dikenali. Namun begitu, kajian ini tidak menunjukkan jenis emosi yang dipamerkan apabila individu berada dalam sesebuah kumpulan. Diharapkan agar kandungan kajian ini dapat ditambahbaik dalam kajian akan datang.

Menurut Sparrevohn dan Rapee (2009), aktiviti yang dilakukan dalam persekitaran bersemuka menjadi salah satu punca yang mempengaruhi niat untuk melakukan pameran emosi dan pendedahan sendiri. Selain itu, hasil kajian Tosun dan Lajunen (2010) turut menyatakan bahawa laman sosial boleh bertindak bukan sahaja sebagai ruang pengganti komunikasi malahan juga individu akan melanjutkan interaksi yang dibentuk dalam persekitaran bersemuka ke dalam laman sosial.

KESIMPULAN

Laman sosial seperti *Facebook* menawarkan ruang interaksi yang lebih mudah kerana pengguna boleh membuat pilihan sama ada ingin bersembang dalam ruangan yang lebih terbuka (tulisan dinding) atau tertutup (*inbox*). Bukan itu sahaja, pengguna boleh bersembang dengan ramai rakan dalam satu-satu masa seperti melibatkan diri dalam kumpulan secara terbuka, tertutup ataupun rahsia.

Sebagaimana penjelasan oleh Walther (1996) dalam Model Hyperpersonal, salah satu elemen aktif dalam Hyperpersonal adalah keterbukaan saluran untuk berkomunikasi. Lantaran itu, pengguna memanfaatkan ruang dalam laman sosial untuk pameran emosi yang positif dan negatif walaupun kekerapannya adalah pada tahap yang rendah. Daripada perspektif personaliti, individu Introvert memilih mesej segera manakala individu Ekstrovert pula menggunakan tulisan dinding untuk mempamerkan emosi.

Individu Introvert meluangkan masa yang lebih panjang iaitu sekurang-kurangnya 3 jam sehari manakala individu Ekstrovert pula hanya memperuntukkan masa sekitar 30 minit sahaja untuk melayari *Facebook*. Walaupun kedua-dua personaliti menyatakan bahawa mereka menggunakan *Facebook* dengan tujuan untuk mengumpul informasi namun, dicadangkan agar kajian akan datang dapat mengenalpasti hubungan antara perbezaan tujuan bersosial dalam talian dengan personaliti.

Hal ini kerana, individu Ekstrovert dilihat sebagai personaliti yang aktif dalam komunikasi dalam talian kerana mereka bukan sahaja lebih terbuka dalam pameran emosi menerusi tulisan dinding malahan juga mereka bersedia untuk mempamerkan emosi semasa bersembang dalam kumpulan tersebut. Individu Introvert pula mengelak daripada pameran emosi secara terbuka walaupun mereka memperuntukkan jumlah masa yang lebih panjang untuk melayari *Facebook*.

Selari dengan analisis dalam kajian ini, terdapat beberapa cadangan yang boleh dilaksanakan dalam kajian yang akan datang. Misalnya, kajian ini telah memberikan gambaran tentang ruang yang dipilih oleh personaliti yang berbeza untuk mempamerkan emosi. Kajian tentang kepentingan personaliti dan manfaat ruang yang dipilih dalam laman sosial untuk tujuan pameran emosi juga mungkin perlu dikaji.

Tambahan lagi, penggunaan *Facebook* dalam jumlah masa yang panjang akan meninggalkan kesan terhadap hubungan interpersonal. Hal ini kerana, perbualan berterusan dalam *Facebook* dijangka mewujudkan jurang dalam interaksi dalam persekitaran

bersemuka. Dicadangkan agar kajian akan datang dapat mengkaji teknik-teknik untuk mengharmonikan interaksi dalam kedua-dua persekitaran (bersemuka dan berperantaraan komputer).

BIODATA

Siti Ramizah Khairunnisa Mohd Radzi adalah pelajar Doktor Falsafah Komunikasi (Kemanusiaan) di Universiti Putra Malaysia. Bidang kajian beliau bertumpu pada Psikologi Komunikasi dan Komunikasi Emosi. Email: sramizahk@gmail.com

Jusang Bolong merupakan Prof. Madya di Jabatan Komunikasi, Fakulti Bahasa Moden dan Komunikasi, Universiti Putra Malaysia. Bidang pengkhususan kajian beliau adalah Komunikasi Kemanusiaan, Komunikasi berperantara Komputer dan Komunikasi Pembangunan. Email: jusang@fbmk.upm.edu.my

Ezhar Tamam adalah Professor di Jabatan Komunikasi, Fakulti Bahasa Moden dan Komunikasi, Universiti Putra Malaysia. Bidang pengkhususan kajian beliau adalah Komunikasi antara Budaya, Pembangunan Belia dan Komunikasi Pembangunan. Email: ezhar@upm.edu.my

RUJUKAN

- Barile, A. L., & Durso, F. T. (2002). Computer-mediated communication in collaborative writing. *Computers in Human Behavior*, 18(2), 173–190.
- Bazarova, N. N., Taft, J. G., Choi, Y. H., & Cosley, D. (2012). Managing impressions and relationships on Facebook: Self-presentational and relational concerns revealed through the analysis of language style. *Journal of Language and Social Psychology*, 32(2), 121–141.
- Correa, T., Hinsley, A. W., & Zuniga, H. G. (2010). Who interacts on the web?: The intersection of users' personality and social media use. *Computers in Human Behavior*, 26(2), 247–253.
- Derks, D., Fischer, A. H., & Bos, A. E. R. (2008). The role of emotion in computer-mediated communication: A review. *Computers in Human Behavior*, 24, 766–785.
- 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.
- Eysenck, H. J., & Eysenck, S. B. G. (1975). *Manual of the Eysenck personality questionnaire (adult)*. London: Hodder & Stoughton.
- Fogel, J., & Nehmad, E. (2009). Internet social network communities: Risk taking, trust, and privacy concerns. *Computers in Human Behavior*, 25(1), 153–160.
- Gentile, B., Twenge, J. M., Freeman, E. C., & Campbell, W. K. (2012). The effect of social networking websites on positive self-views: An experimental investigation. *Computers in Human Behavior*, 28(5), 1929–1933.
- Hallam, R. S. (1976). The Eysenck personality scale: Stability and change after therapy. *Behaviour Research and Therapy*, 14(5), 369–372.
- Hess, U., & Bourgeois, P. (2010). You smile-I smile: Emotion expression in social interaction. *Biological Psychology*, 84(3), 514–520.
- Hollenbaugh, E. E., & Ferris, A. L. (2014). Facebook self-disclosure: Examining the role of traits, social cohesion, and motives. *Computers in Human Behavior*, 30, 50–58.
- Kenny, R., Dooley, B., & Fitzgerald, A. (2013). Interpersonal relationships and emotional distress in adolescence. *Journal of Adolescence*, 36(2), 351–60.
- Laflen, A., & Fiorenza, B. (2012). "Okay, my rant is over." The language of emotion in computer-mediated communication. *Computers and Composition*, 29(4), 296–308.
- Ljepava, N., Orr, R. R., Locke, S., & Ross, C. (2013). Personality and social characteristics of Facebook non-users and frequent users. *Computers in Human Behavior*, 29(4), 1602–1607.
- Mark, G., & Ganzach, Y. (2014). Personality and Internet usage: A large-scale representative study of young adults. *Computers in Human Behavior*, 36, 274–281.
- McKenna, K. Y. A., & Bargh, J. A. (2000). Plan 9 from cyberspace: The implications of the internet for personality and social psychology. *Personality and Social Psychology Review*, 4(1), 57–75.
- Mitchell, M. E., Lebow, J. R., Uribe, R., Grathouse, H., & Shoger, W. (2011). Internet use, happiness, social support and introversion: A more fine grained analysis of person variables and internet activity. *Computers in Human Behavior*, 27(5), 1857–1861.
- Moore, K., & McElroy, J. C. (2012). The influence of personality on Facebook usage, wall postings, and regret. *Computers in Human Behavior*, 28(1), 267–274.

- Okdie, B. M., Guadagno, R. E., Bernieri, F. J., Geers, A. L., & Mclarney-Vesotski, A. R. (2011). Getting to know you: Face-to-face versus online interactions. *Computers in Human Behavior, 27*(1), 153–159.
- Orchard, L. J., Fullwood, C., Galbraith, N., & Morris, N. (2014). Individual differences as predictors of social networking. *Journal of Computer-Mediated Communication, 19*(3), 388-402.
- Parkinson, B. (2008). Emotions in direct and remote social interaction: Getting through the spaces between us. *Computers in Human Behavior, 24*(4), 1510–1529.
- Pornsakulvanich, V., Haridakis, P., & Rubin, A. M. (2008). The influence of dispositions and Internet motivation on online communication satisfaction and relationship closeness. *Computers in Human Behavior, 24*(5), 2292–2310.
- Qiu, L., Lin, H., Ramsay, J., & Yang, F. (2012). You are what you tweet: Personality expression and perception on Twitter. *Journal of Research in Personality, 46*(6), 710–718.
- Riordan, M. A., & Kreuz, R. J. (2010). Emotion encoding and interpretation in computer-mediated communication: Reasons for use. *Computers in Human Behavior, 26*(6): 1667–1673.
- Ross, C., Orr, E. S., Sasic, M., Arseneault, J. M., Simmering, M. G., & Orr, R. R. (2009). Personality and motivations associated with Facebook use. *Computers in Human Behavior, 25*(2), 578–586.
- Savicki, V., & Kelley, M. (2000). Computer mediated communication: Gender and group composition. *CyberPsychology and Behavior, 3*(5), 3817–3826.
- Srivastava, S., Angelo, K. M., & Vallereux, S. R. (2008). Extraversion and positive affect: A day reconstruction study of person–environment transactions. *Journal of Research in Personality, 42*(6), 1613–1618.
- Tosun, L. P., & Lajunen, T. (2010). Does Internet use reflect your personality? Relationship between Eysenck’s personality dimensions and Internet use. *Computers in Human Behavior, 26*(2), 162–167.
- Utz, S. (2010). Show me your friends and I will tell you what type of person you are: How one’s profile, number of friends, and type of friends influence impression formation on social network sites. *Journal of Computer-Mediated Communication, 15*(2), 314–335.
- Walther, J. B. (1996). Computer-mediated Communication: Impersonal, Interpersonal, and Hyperpersonal Interaction. *Communication Research, 23*(1), 3–43.
- Wilson, K., Fornasier, S., & White, K. M. (2010). Psychological predictors of young adults’ use of social networking sites. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking, 13*(2), 173–177.
- Winter, S., Neubaum, G., Eimler, S. C., Gordon, V., Theil, J., Herrmann, J., & Kramer, N. C. (2014). Another brick in the Facebook wall – How personality traits relate to the content of status updates. *Computers in Human Behavior, 34*, 194–202.