

## Pengaruh Faktor Pengetahuan terhadap Konstruksi Identiti Dalam Talian Menerusi Penggunaan Facebook

JAMILAH MALIKI  
*Universiti Malaysia Sarawak*

MOHD NOR SHAHIZAN ALI  
*Universiti Kebangsaan Malaysia*

### ABSTRAK

Media sosial membolehkan individu mewujudkan identiti dalam talian untuk memaparkan identiti pilihan mereka. Individu bukan sekadar mengkonstruksi identiti di luar talian malah boleh mengkonstruksi semula identiti secara dalam talian. Identiti dalam talian membenarkan individu berinteraksi dengan semua lapisan pengguna termasuk orang yang tidak dikenali. Walau bagaimanapun, kajian sebelum ini tidak mengkaji sumber peribadi yang perlu dimiliki oleh seseorang individu untuk membolehkannya mengkonstruksi identiti dalam talian. Kajian lalu juga didapati kurang meneliti kepelbagaian identiti yang mungkin dikonstruksi dalam talian sama ada identiti unggul, sebenar ataupun identiti samaran. Kajian ini bertujuan untuk menganalisis faktor pengetahuan yang mempengaruhi pengguna media sosial apabila mengkonstruksi identiti dalam talian. Pengguna aktif *Facebook* dalam kalangan 400 penuntut di empat buah institusi pengajian tinggi dipilih sebagai responden kajian ini. Dapatan kajian menunjukkan bahawa terdapat hubungan yang signifikan antara faktor pengetahuan yang dimiliki oleh pengguna *Facebook* dengan konstruksi identiti dalam talian sama ada identiti unggul, sebenar dan samaran. Aspek yang mendasari struktur pengetahuan telah dikenal pasti sebagai pengetahuan am, pengalaman, penapisan bahasa, pengetahuan memuat naik, penapisan komen dan penulisan status merupakan aspek penting yang diambil kira oleh responden apabila mengkonstruksi identiti dalam talian. Interaksi sosial di Internet memberi ruang kepada individu mencipta sendiri dan memaparkan identiti mengikut acuan yang diinginkan dan dipaparkan kepada umum.

**Keywords:** *Identiti dalam talian, identiti sebenar, identiti samaran, identiti unggul, pengetahuan.*

## Effects of Knowledge Factor towards the Construction of Online Identity through the use of Facebook

### ABSTRACT

Social media allow individuals to create an online identity according to their own predilections. Individuals are able to construct their identity offline but they are also capable of reconstructing their online identity. The online identity allows people to interact with people of all walks of life, including strangers. Previous studies on identity construction have not examined the personal resources individual should possess before they are able to construct their identity online. Similarly, past studies have not thoroughly examined the different types of identity that may be portrayed online such as ideal, real, or fake identity. This study investigates the role of knowledge in influencing the construction of online identity among users of social media. A total of 400 active users of Facebook who are students of four institutions of higher learnings were selected as respondents for this study. The findings indicate that there is a significant relationship between knowledge of Facebook users with the different types of online identity. General knowledge, experience, filtering of language,

knowledge on how to upload, filtering comments, and writing of status are components of knowledge that a respondent employs to construct online identity. Social interaction on the Internet provides space and freedom for individuals to create, portray, and display their very own identity according to their preferences.

**Keywords:** *Identity construction, online identity, real identity, fake identity, ideal identity, knowledge*

## PENGENALAN

Media sosial memudahkan orang ramai berkongsi gambar, pendapat, kejadian dan sebarang maklumat lain pada masa sebenar. Kemudahan ini telah memberi impak kepada kehidupan sosial manusia masa kini. Kelebihan media sosial ialah ia "memungkinkan interaksi dengan kumpulan orang, sama ada dikenali ataupun orang asing, dalam satu lokasi sama atau merentas sempadan geografi" (Chandler & Munday, 2011, hlm. 397). Chandler dan Munday berhujah bahawa media sosial boleh dianggap sebagai tempat pertemuan virtual yang berfungsi sebagai medan pertukaran kandungan media dalam kalangan pengeluar dan pengguna. Pengguna dapat menyerlahkan kehadiran sosialnya (Short, Williams & Christie, 1976). Kehadiran ini dipengaruhi oleh intimasi dan kesegeraan (*immediacy*). Dengan kata lain media sosial menggalakkan kesedaran dan penyertaan yang meruntuhkan tembok pemisah antara komunikasi bersemuka dengan komunikasi berantarakan media. Ini disebabkan semakin ramai orang menggunakan peranti seperti telefon pintar untuk berkomunikasi dengan orang lain sama ada dalam ruang yang sama ataupun berbeza tetapi pada masa yang serentak.

Menerusi media sosial sebegini, pemilik akaun bukan sahaja menjadi pengguna tetapi menjadi pengeluar mesej. Mesej ini terkandung dalam interaksi sosial yang dilakukan dengan rakan atau orang awam. Media sosial mengubah landskap media yang dahulunya hanya dimonopoli media tradisional. Kini pemilik akaun media sosial membuat keputusan untuk menentukan bahan yang akan dikemukakan dalam laman *Facebook*. Apabila ini berlaku, pengguna perlu memiliki sesuatu set perspektif yang dapat membimbingnya dalam mengolah mesej. Aufderheide (1997, hlm. 80) menjelaskan bahawa kandungan media dikonstruksikan dan media mengkonstruksikan realiti. Jenkins (2009) berhujah bahawa pengguna media sosial memerlukan pengetahuan dan kemahiran untuk melibatkan diri dalam media sosial. Pengetahuan bukan setakat dipelajari 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. Pengetahuan bukan formal yang diperolehi dalam interaksi sosial membantu seseorang itu memperbaiki kemahiran literasi media. Pemilik akaun *Facebook* akan mengolah maklumat dengan tujuan tertentu dengan pengetahuan yang dimiliki.

Kepelbagaian media sosial memudahkan pemilik sesuatu akaun untuk mewujudkan identitinya di Internet. Media sosial membolehkan pemilik akaun untuk memuat naik gambar, malah boleh menulis status serta pelbagai kemudahan lain lebih mendapat perhatian (Boyd, 2007). Semuanya ini membentuk identiti pemilik akaun media sosial dalam talian. Pemaparan identiti sebegini sudah menjadi sebahagian daripada gaya hidup manusia masa kini (Siti Ezaleila & Azizah, 2010). Perubahan pemaparan identiti seperti yang dimaksudkan menuntut individu menggunakan media secara literasi. Ini 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 literasi yang mereka ada (Davis, 2012).

Sarjana terdahulu berhujah bahawa konstruksi identiti merupakan suatu proses sosial yang berterusan (Zhao et al., 2008; Erikson, 1968; Mead, 1934). Penggunaan media sosial yang tinggi dikatakan memberi kesan kepada konstruksi identiti belia (Farquhar, 2012; Pempek et al., 2009). Pada laman *Facebook* misalnya, profil yang dipapar dianggap mampu menjadi identiti maya bagi setiap penggunanya (Boyd, 2004; Boyd & Heer, 2006). Malah imej yang dipamer di *Facebook* memaparkan identiti dan realiti sosial yang dikonstruksi oleh pemilik (Farquhar, 2012).

Sungguhpun demikian, individu boleh mengkonstruksi dan mengubah identiti bergantung kepada kumpulan mana ia berada dan boleh menjadi seseorang yang terlalu sempurna dan terbaik di alam maya dalam kalangan ahli yang ada walaupun keadaan realiti adalah sebaliknya dan ini mendorong ahli yang lain berusaha mengkonstruksi identiti yang sama dengan apa yang dicipta (Zhao et al., 2008). Hal ini selari dengan apa yang dinyatakan oleh Geidner et al. (2007) bahawa individu menggunakan petanda identiti dan imej atau frasa yang sama dengan orientasi kelompok kumpulan persekitaran di mana ia berada. Dinamika identiti yang berorientasikan kelompok yang mempunyai minat, ciri dan kecenderungan yang sama ini mendorong individu menyesuaikan imej agar diri diterima oleh persekitaran (Geidner et al., 2007).

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). 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).

Walaupun terdapat kajian yang telah dijalankan berkaitan dengan penggunaan laman jaringan sosial mencakupi pelbagai aspek termasuk kegunaan dan kepuasan (Normah et al., 2011), serta motif penggunaan media sosial (Cheung et al., 2011), namun masih terlalu sedikit kajian tentang identiti dalam talian untuk masyarakat siber yang telah dijalankan (Chuan Hu et al., 2014). Pada peringkat awal, kajian tertumpu kepada masalah identiti yang timbul apabila pengguna berkomunikasi berantaraan komputer. Dapatan kajian menunjukkan bahawa individu cenderung mempersembahkan identiti yang berlebih-lebihan dan masalah ini timbul kerana ketiadaan komunikasi bukan lisan dalam interaksi sosial dalam talian. Masalah ini turut timbul berikutan kurangnya kecelikan terhadap media sosial sebagai wahana berkomunikasi (Smith & Kollock, 1999; Geidner et al., 2007). Kajian sebelum ini tidak mengkaji sumber peribadi yang perlu dimiliki oleh seseorang individu yang membolehkan individu berkenaan mengkonstruksi identiti dalam talian. Begitu juga, kajian lalu tidak melihat kepelbagaian identiti yang mungkin dikonstruksikan dalam talian sama ada identiti benar, identiti unggul ataupun identiti samaran. Justeru, kajian ini menyelidik dimensi pengetahuan yang digunakan oleh individu untuk mengkonstruksi identiti dalam talian. Dengan pengetahuan ini, individu menggunakan kemahiran untuk mengkonstruksi identiti di alam maya.

Dalam konteks kajian ini, sumber peribadi yang dimiliki oleh seseorang adalah gabungan faktor pengetahuan yang dimiliki oleh seseorang individu. Kajian ini mengandaikan bahawa pemilik akaun *Facebook* mengkonstruksi identiti dalam talian dengan menggunakan pengetahuan yang dimiliki yang memungkinkan seseorang individu mengkonstruksi identiti dalam talian mengikut kemahuannya. Pengetahuan merujuk kepada kebolehan individu memahami, menginterpretasi dan mencipta makna terhadap sebarang maklumat yang diperoleh daripada pembacaan dan pengamatan, sama ada secara pendidikan formal dan bukan formal. Pendidikan formal berlaku dalam proses sosialisasi yang dialami oleh anggota sesuatu masyarakat. Pendidikan formal berlaku dalam alam persekolahan. Masyarakat menyediakan anggotanya dengan kemahiran yang diperlukan menerusi institusi pendidikan (Gracey, 1988). Giddens (1997) menjelaskan bahawa sosialisasi sebagai proses yang membolehkan seseorang beroleh pengetahuan, berkemahiran dalam cara-cara yang menepati budayanya. Pengetahuan sebegini meletakkan ilmu di luar diri seseorang individu. Namun begitu, individu yang memiliki pengetahuan sudah pasti akan menggunakannya untuk manfaat dirinya sendiri. Héliot (2010) berhujah bahawa dengan memiliki pengetahuan, seseorang itu akan menilai dirinya dalam konteks persekitarannya.

Dengan kata lain, pengetahuan terletak di tengah-tengah struktur kognitif identiti seseorang. Pengetahuan ini membolehkan seseorang itu mengkonstruksikan identiti mengikut kemahuannya. Dalam konteks kajian ini, pengetahuan merujuk kepada kebolehan individu memahami, menginterpretasi dan mencipta makna terhadap mesej yang dipaparkan untuk mengkonstruksi identiti secara dalam talian. Terdapat beberapa konsep pengetahuan yang akan diukur dan menjadi fokus kajian dalam meneroka media literasi dan konstruksi identiti dalam talian. Pengetahuan yang diukur dalam kajian ini ialah: (i) pengetahuan am, (ii) pengalaman, (iii) penapisan bahasa, (iv) pengetahuan memuat naik, (v) penapisan komen, dan (v) penulisan status.

#### KAJIAN LITERATUR

Terdapat banyak pendekatan yang digunakan dalam menyelidik identiti. Seseengah 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 sebuah pentas. Pengguna adalah aktor yang mempersembah diri mereka untuk dipaparkan kepada khalayak. Simbol (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. 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.

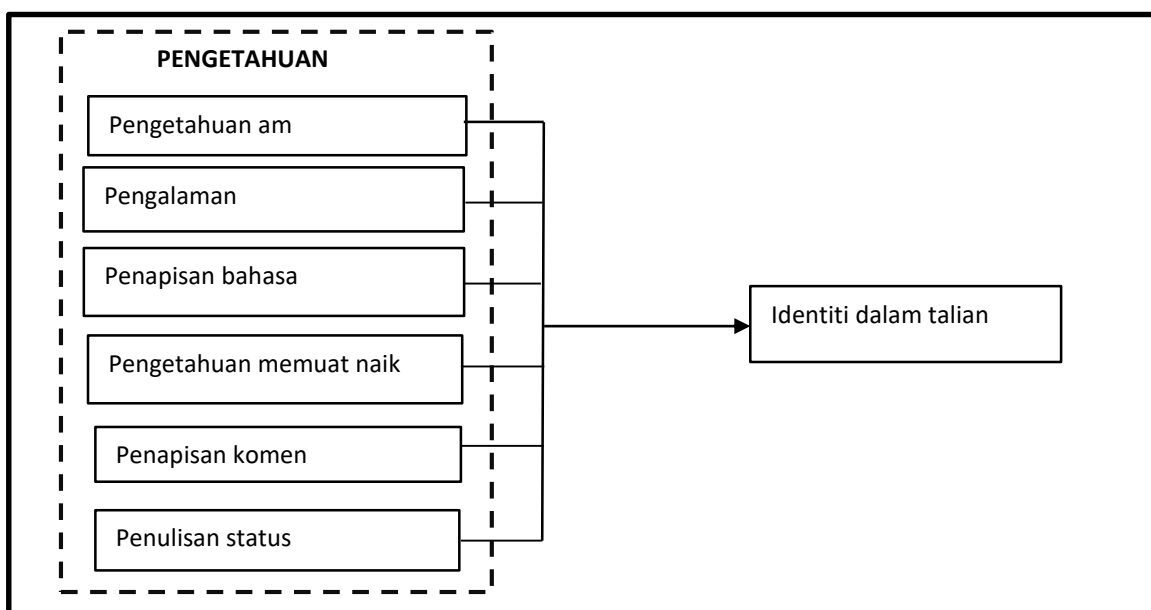
Pemaparan identiti dalam talian turut dikaitkan dengan tahap pengetahuan individu. Kajian Berzonsky (2008) meneliti hubungan informasi yang dipaparkan oleh pengguna dalam laman peribadi dengan persembahan identiti yang dipaparkan kepada khalayak. Kajian ini meneliti bagaimana individu memilih informasi yang dipaparkan dalam laman peribadi yang bertindak sebagai perwakilan kepada diri individu berkenaan dalam talian. Berzonsky

berhujah bahawa apabila individu membuat pilihan, mereka menggunakan proses kognitif untuk mengkonstruksi identiti mereka semasa membuat pilihan berkaitan informasi atau perwakilan yang digunakan untuk memaparkan diri dalam laman peribadi masing-masing. Pengalaman juga turut menjadi faktor yang dikaitkan dengan kognitif individu apabila mengkonstruksi identiti 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, sejarah hubungan percintaan, minat terhadap fesyen, berkongsi masalah, bersosial dan informasi sosial. Namun demikian, kajian ini tidak menjelaskan hubungan antara pengalaman dengan pembentukan identiti secara terperinci.

Nourmeur dan Syed Arabi (2019) pula meneliti pemaparan diri menerusi laman *Facebook* dalam kalangan belia wanita. Dengan menjalankan tinjauan terhadap 133 penuntut di Universiti Islam Antarabangsa Malaysia, kajian ini meneliti bagaimana individu mengurus dan mengkonstruksi identiti maya mereka. Dapatan kajian menunjukkan terdapat hubungan signifikan antara identiti luar dengan identiti dalam talian. Dengan kata lain, kajian ini menjelaskan kesukaran pemisahan antara identiti nyata dengan identiti maya.

Untuk tujuan artikel ini, pengkaji mensintesis teori interaksi simbolik (Mead, 1934), dan teori identiti (Burke & Stets, 2000) untuk menjelaskan hubungan interaksi sosial dengan faktor pengetahuan dalam pembentukan identiti dalam talian. Pengetahuan menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi pembentukan identiti sepanjang hayat. Ini selaras dengan saranan Kendall (1988) bahawa individu menggunakan media sosial untuk mencipta makna melalui penggunaan bahasa, gambar, status dan komen di *Facebook* yang membolehkan konstruksi identiti dalam talian dipaparkan kepada khalayak. Rajah 1 menjelaskan peranan faktor pengetahuan iaitu pengetahuan am, pengalaman, penapisan bahasa, pengetahuan memuat naik, penapisan komen serta penulisan status terhadap konstruksi identiti dalam talian yang digunakan dalam kajian ini.



Rajah 1: Model faktor pengetahuan dan konstruksi identiti dalam talian

## METODOLOGI

Kajian yang dijalankan adalah berbentuk tinjauan bertujuan untuk mengenal pasti hubungan faktor pengetahuan 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.

Populasi kajian 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 sebagai populasi kajian adalah berdasarkan prestij universiti berkenaan sebagai universiti penyelidikan. Penuntut jurusan komunikasi dipilih sebagai sampel kajian kerana sesuai dengan 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). Justeru, penumpuan kepada pelajar program ini bererti juga dapatan kajian tidak digeneralisasikan kepada para pelajar yang mengikuti pelbagai program lain di semua universiti awam di negara ini.

*Facebook* dipilih kerana *Facebook* merupakan media sosial yang paling popular dalam kalangan golongan muda (Duggan & Brenner, 2013). Di Malaysia, bilangan pengguna *Facebook* telah mencecah 25.08 juta yang mewakili 79 peratus penduduk Malaysia (Ili Hadri, 2018). Profil yang dipapar dalam *Facebook* boleh dianggap mampu menjadi identiti maya bagi setiap penggunanya (Boyd, 2004; Boyd & Heer, 2006). Hal ini kerana imej yang dipamer dalam *Facebook* memaparkan identiti dan realiti sosial yang dikonstruksi oleh pemilik (Farquhar, 2012). Dengan batasan ini juga, dapatan kajian ini tidak dapat digeneralisasikan kepada konstruksi identiti yang turut berlaku bagi pengguna media sosial lain, seperti *Twitter*, *Instagram*, *LinkedIn* dan sebagainya. 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. 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 pelajar (50.4 peratus) 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).

Jadual 1: Demografi Responden

Ciri-Ciri Demografi	Kekerapan	Peratusan (%)
<b>Jantina</b>		
Perempuan	283	72.4
Lelaki	108	27.6
<b>Umur</b>		
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
<b>Kaum</b>		
Melayu	247	63.2
Cina	87	22.3
India	29	7.4
Lain-Lain	28	7.2
<b>Negeri</b>		
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*

Jadual 2 menunjukkan seramai 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.

Sebahagian besar responden mempunyai hanya satu akaun *Facebook* sahaja iaitu 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*.

Jadual 2: Maklumat Umum Penggunaan *Facebook*

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

N = 400

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 terhadap Konstruksi Identiti dalam Talian*

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

- H1 - Terdapat hubungan positif antara pengetahuan dengan konstruksi identiti unggul.
- H2 - Terdapat hubungan positif antara pengetahuan dengan konstruksi identiti sebenar.
- H3 - Terdapat hubungan positif antara pengetahuan dengan konstruksi identiti samaran.

##### *a. Hubungan Konstruksi Pengetahuan dengan Identiti Unggul*

Pembolehubah yang diuji dalam hipotesis ini ialah pemboleh ubah tidak bersandar (pengetahuan) dan pemboleh ubah bersandar (identiti unggul). Konstruksi pengetahuan diukur dengan menggabungkan dimensi pengetahuan am, pengalaman, penapisan bahasa, pengetahuan muat naik, penapisan komen, dan penulisan status. Hipotesis ini diuji dengan statistik regresi pelbagai menggunakan prosedur stepwise. Aras signifikan 0.05 ditetapkan untuk menolak atau tidak menolak hipotesis nol. Hipotesis nol dalam kajian ini ialah tidak terdapat hubungan antara pengetahuan dengan identiti unggul.

Dalam Jadual 3, kesemua dimensi yang mengukur konstruksi pengetahuan didapati mempunyai hubungan positif yang lemah secara signifikan dengan Identiti Unggul, yang menjadi pemboleh ubah bersandar, pada aras 0.05. Jadual ini menunjukkan nilai korelasi bagi dimensi Pengetahuan am dengan Identiti Unggul yang tertinggi sekali iaitu 0.221, diikuti dengan Penapisan Komen sebanyak 0.216, Penapisan bahasa sebanyak 0.138, Pengalaman sebanyak 0.201, Pengetahuan muat naik sebanyak 0.161 dan Penulisan status sebanyak 0.135.



Menurut Cohen (1988), nilai korelasi di bawah 0.30 menunjukkan terdapat hubungan yang sederhana antara pemboleh ubah bersandar dengan pemboleh ubah tidak bersandar. Maka dalam konteks kajian ini, didapati bahawa terdapat hubungan positif secara signifikan yang sederhana di antara dimensi Pengetahuan Am, Penapisan Komen, Pengalaman, Pengetahuan Muat Naik, Penapisan Bahasa, dan Penulisan Status dengan Identiti Unggul. Walaupun hubungan sederhana, tetapi hasil analisis ini masih dapat menjelaskan bahawa konstruksi Identiti Unggul dalam talian seseorang individu itu adalah dipengaruhi oleh dimensi Pengetahuan Am, Penapisan Komen, Pengalaman, Pengetahuan Muat Naik, Penapisan Bahasa, dan Penulisan Status.

Jadual 3: Korelasi dimensi pengetahuan dengan identiti unggul dalam talian

Pemboleh ubah	Identiti Unggul (r)
Pengetahuan am	0.221
Penapisan komen	0.216
Pengalaman	0.201
Pengetahuan muat naik	0.161
Penapisan bahasa	0.138
Penulisan status	0.135

Seperti yang ditunjukkan dalam Jadual 4, nilai regresi ( $R^2$ ) sebanyak 0.102 bagi tiga dimensi konstruk pengetahuan menyumbang kepada konstruksi identiti unggul dalam talian iaitu dimensi Pengetahuan Am, Penapisan Komen dan Pengalaman. Dalam Jadual ini, didapati bahawa apabila diukur secara berasingan, nilai regresi bagi item Pengetahuan Am adalah 0.049, manakala apabila diukur bersama dimensi Penapisan Komen pula, nilai regresi yang diperolehi meningkat kepada 0.086.

Seterusnya apabila tiga dimensi berkenaan iaitu Pengetahuan Am, Penapisan Komen dan Pengalaman diukur secara bersama, nilai regresi yang diperolehi ialah 0.102. Ini menjelaskan bahawa tiga dimensi dalam konstruk Pengetahuan iaitu pengetahuan am, penapisan komen, dan pengalaman menyumbang sebanyak 10.2 peratus sebagai peramal kepada pemboleh ubah Identiti Unggul. Nilai perubahan  $R^2$  antara pengetahuan am dengan penapisan komen ialah 3.7 peratus ( $0.049 - 0.086 = 0.037$ ) menjadikan sumbangan kedua-dua dimensi ini kepada 8.6 peratus. Tetapi adalah lebih baik mengambil kira dimensi pengalaman yang boleh meningkatkan perubahan  $R^2$  sumbangan ketiga-tiga dimensi ini kepada 10.2 peratus, iaitu kenaikan sebanyak 1.6 peratus lagi. Namun demikian, terdapat faktor lain yang menyumbang sebanyak 89.8 peratus pengaruh terhadap konstruksi identiti unggul dalam talian oleh seseorang individu.

Jadual 4: Analisis sumbangan dimensi pengetahuan terhadap konstruksi identiti unggul dalam talian

Model	R	$R^2$	Perubahan $R^2$
Pengetahuan am	0.221	0.049	
Pengetahuan am, penapisan komen	0.294	0.086	0.037
Pengetahuan am, penapisan komen, pengalaman	0.320	0.102	0.016

N=391

R= Pekali Pearson

$R^2$  = Nilai Regresi

Berdasarkan analisis yang dilakukan, kajian mendapati tiga dimensi pemboleh ubah tidak bersandar iaitu Pengetahuan Am, Penapisan Komen, dan Pengalaman sebagai peramal kepada pemboleh ubah bersandar iaitu Identiti Unggul dalam talian. Di antara ketiga-tiga pemboleh ubah ini, dimensi Pengetahuan Am merupakan pemboleh ubah yang dominan. Ini bermakna, Pengetahuan Am merupakan faktor utama kepada konstruksi Identiti Unggul dalam talian. Tiga lagi dimensi pemboleh ubah tidak bersandar iaitu Pengetahuan Muat Naik, Penulisan Status dan Penapisan Bahasa diketepikan daripada analisis regresi kerana didapati tidak menjadi peramal secara signifikan kepada pemboleh ubah bersandar Identiti Unggul dalam talian.

Seterusnya, Jadual 5 merupakan Analisis ANOVA yang menunjukkan bahawa nilai  $F(3, 387) = 14.670$ ,  $p < 0.05$ . Nilai pekali bagi tiga dimensi konstruk Pengetahuan adalah signifikan pada aras 0.05. Justeru, hipotesis nol ditolak. Keputusan ujian ANOVA menunjukkan model 3 regresi pelbagai yang dibentuk oleh pemboleh ubah bersandar dan pemboleh ubah peramal adalah signifikan. Keputusan ANOVA menunjukkan tiga dimensi konstruk Pengetahuan iaitu Pengetahuan Am, Penapisan Komen dan Pengalaman merupakan faktor peramal kepada konstruksi identiti unggul dalam talian.

Jadual 5: Hubungan dimensi pengetahuan dengan identiti unggul dalam talian

Model	df	F
Regresi	3	14.670
Residual	387	
Jumlah	390	

N= 391, F = Nilai F

Model regresi pelbagai yang dibentuk oleh pemboleh ubah bersandar dengan pemboleh ubah peramal didapati signifikan (Identiti Unggul =  $1.614 + 0.166$  [Pengetahuan Am] +  $0.186$  [Penapisan Komen] +  $0.119$  [Pengalaman]). Keputusan yang signifikan menunjukkan bahawa model regresi yang dibentuk oleh dimensi Pengetahuan Am, Penapisan Komen, Pengalaman dan Identiti Unggul boleh digeneralisasikan kepada populasi.

Dalam Jadual 6, nilai pekali Beta bagi dimensi-dimensi iaitu Pengetahuan Am ( $\beta = 0.160$ ,  $p < 0.05$ ), Penapisan Komen ( $\beta = 0.186$ ,  $p < 0.05$ ), dan Pengalaman ( $\beta = 0.132$ ,  $p < 0.05$ ) adalah peramal kepada Identiti Unggul dalam talian. Dimensi dalam konstruk Pengetahuan ini menjadi peramal kepada Identiti Unggul dalam talian. Tiga dimensi lagi iaitu Pengetahuan Muat Naik, Penulisan Status dan Penapisan Bahasa tidak menjadi peramal kepada Identiti Unggul dalam talian. Justeru analisis ini menunjukkan pengaruh pemboleh ubah tidak bersandar pengetahuan terhadap pemboleh ubah bersandar iaitu pembentukan identiti unggul pengguna *Facebook* dalam talian adalah tertakluk kepada pengetahuan am, penapisan komen serta pengalaman. Dapatan ini menjelaskan bahawa individu menggunakan dimensi pengetahuan am, penapisan komen serta pengalaman apabila membentuk identiti unggul dalam talian mereka.

Jadual 6: Pekali konstruk dimensi dengan identiti unggul dalam talian

Pemboleh ubah	Unstandardized $\beta$	Standardized $\beta$
Constant	1.614	
Pengetahuan Am	0.166	0.160
Penapisan Komen	0.186	0.186
Pengalaman	0.196	0.132

N= 391,  $\beta$  = Nilai Beta

Berdasarkan keputusan analisis regresi pelbagai yang dijalankan, pengkaji melaporkan bahawa konstruk pengetahuan merupakan faktor konstruksi identiti unggul dalam kalangan pelajar program komunikasi di empat buah universiti terpilih. Analisis ini menjelaskan bahawa konstruksi identiti unggul dalam talian bagi seseorang individu ditentukan oleh dimensi pengetahuan am, penapisan komen, dan pengalaman. Kesemua dimensi ini memainkan peranan dalam mempengaruhi seseorang individu apabila mengkonstruksi identiti unggul seseorang dalam talian. Sebaliknya, individu tidak bergantung kepada pengetahuan muat naik, penapisan bahasa dan penulisan status apabila mengkonstruksi identiti dalam talian. Secara rumusannya, pembentukan identiti unggul dalam *Facebook* dipengaruhi oleh dimensi pengetahuan am, penapisan komen, dan pengalaman yang mengukur konsep Pengetahuan. Walau bagaimanapun, hasil kajian ini turut menunjukkan 89.8 peratus faktor lain yang terkeluar daripada skop kajian ini yang turut menyumbang kepada konstruksi identiti dalam talian.

*b. Hubungan Konstruk Pengetahuan dengan Identiti Sebenar*

Pemboleh ubah yang diuji dalam hipotesis ini ialah pemboleh ubah tidak bersandar (pengetahuan) dan pemboleh ubah bersandar (identiti sebenar). Konstruk pengetahuan diukur berdasarkan gabungan dimensi pengetahuan am, pengalaman, penapisan bahasa, pengetahuan memuat naik, penapisan komen, dan penulisan status. Hipotesis ini diuji dengan statistik regresi pelbagai menggunakan prosedur *stepwise*. Aras signifikan 0.05 ditetapkan untuk menolak atau tidak menolak hipotesis nol. Hipotesis nol dalam kajian ini tidak terdapat hubungan antara pengetahuan dengan identiti sebenar.

Dalam Jadual 7, hanya dimensi pengetahuan am, penapisan bahasa, penapisan komen dan pengalaman sahaja yang mempunyai hubungan positif yang lemah secara signifikan dengan Identiti Sebenar, yang menjadi pemboleh ubah bersandar, pada aras 0.05. Dimensi Pengetahuan Muat Naik dan Penulisan Status didapati tidak signifikan. Jadual ini menunjukkan nilai korelasi dimensi Pengetahuan Am dengan Identiti Sebenar yang tertinggi sekali iaitu 0.182, diikuti dengan Penapisan Bahasa sebanyak 0.141, diikuti dengan Penapisan Komen sebanyak 0.124 dan Pengalaman sebanyak 0.101. Maka didapati bahawa terdapat hubungan positif secara signifikan yang lemah di antara konstruk Pengetahuan dengan Identiti Sebenar. Walaupun hubungan adalah lemah, tetapi hasil analisis ini masih dapat menjelaskan bahawa konstruksi Identiti Sebenar dalam talian seseorang individu itu adalah dipengaruhi oleh konsep Pengetahuan.

Jadual 7: Korelasi konstruk pengetahuan dengan identiti sebenar dalam talian

Pemboleh ubah	Identiti Sebenar (r)
Pengetahuan am	0.182
Penapisan bahasa	0.141
Penapisan komen	0.124
Pengalaman	0.101

Jadual 8 menunjukkan nilai regresi ( $R^2$ ) sebanyak 0.048 bagi dua dimensi konstruk pengetahuan yang menyumbang kepada konstruksi identiti sebenar dalam talian iaitu dimensi Pengetahuan Am dan Penapisan Bahasa. Berdasarkan Jadual ini, didapati bahawa apabila diukur secara berasingan, nilai regresi bagi dimensi Pengetahuan Am adalah 0.031, manakala apabila diukur secara melibatkan dua dimensi iaitu dimensi Pengetahuan Am dan

Penapisan Bahasa, nilai regresi yang diperolehi ialah 0.048. Ini menjelaskan bahawa dimensi konstruk Pengetahuan iaitu Pengetahuan Am dan Penapisan Bahasa menyumbang sebanyak 4.8 peratus sebagai peramal kepada pemboleh ubah Identiti Sebenar.

Jadual 8: Analisis sumbangan konstruk pengetahuan terhadap konstruksi identiti sebenar dalam talian

Pemboleh ubah peramal	R	R <sup>2</sup>	Perubahan R <sup>2</sup>
Pengetahuan am	0.182	0.033	
Pengetahuan am, penapisan bahasa	0.210	0.048	0.013

N = 391, R = Pekali Pearson, R<sup>2</sup> = Nilai Regresi

Berdasarkan analisis yang dilakukan, terdapat dua dimensi pemboleh ubah tidak bersandar iaitu Pengetahuan Am dan Penapisan Bahasa sebagai peramal kepada pemboleh ubah bersandar iaitu identiti sebenar dalam talian. Empat lagi dimensi pemboleh ubah tidak bersandar iaitu Pengalaman, Pengetahuan Muat Naik, Penulisan Status dan Penapisan Komen diketepikan daripada analisis regresi kerana didapati tidak menjadi peramal secara signifikan kepada pemboleh ubah bersandar Identiti Sebenar dalam talian. Nilai perubahan R<sup>2</sup> antara Pengetahuan Am dengan Penapisan Bahasa ialah 1.3 peratus ( $0.048 - 0.033 = 0.013$ ) menjadikan sumbangan kedua-dua dimensi ini kepada 0.048. Namun demikian, terdapat faktor lain yang menyumbang sebanyak 95.2 peratus pengaruh terhadap konstruksi identiti sebenar dalam talian oleh seseorang individu.

Seterusnya, Jadual 9 merupakan Analisis ANOVA. Analisis ANOVA model 2 menunjukkan bahawa nilai  $F(2, 388) = 9.796, p < 0.05$ . Nilai pekali bagi dua dimensi konstruk Pengetahuan adalah signifikan pada aras 0.05. Justeru, hipotesis nol adalah ditolak. Keputusan ujian ANOVA menunjukkan model 2 regresi pelbagai yang dibentuk oleh pemboleh ubah bersandar dan pemboleh ubah peramal adalah signifikan. Keputusan ANOVA ini menunjukkan dua dimensi konstruk Pengetahuan iaitu Pengetahuan Am, dan Penapisan Bahasa merupakan faktor peramal kepada konstruksi identiti sebenar dalam talian.

Jadual 9: Hubungan konstruk pengetahuan dengan identiti sebenar dalam talian

Model	dk	F
Regresi	2	9.796
Residual	388	
Jumlah	390	

N = 391, F = Nilai F

Model regresi pelbagai yang dibentuk oleh pemboleh ubah bersandar dengan pemboleh ubah peramal didapati signifikan ( $\text{Identiti Sebenar} = 2.551 + 0.169 [\text{Pengetahuan Am}] + 0.151 [\text{Penapisan Bahasa}]$ ). Keputusan yang signifikan menunjukkan bahawa model regresi yang dibentuk oleh dimensi Pengetahuan Am, Penapisan Bahasa, dan Identiti Unggul boleh digeneralisasikan kepada populasi.

Dalam Jadual 10, nilai pekali Beta bagi dimensi iaitu Pengetahuan Am ( $\beta = 0.169, p < 0.05$ ) dan Penapisan Bahasa ( $\beta = 0.123, p < 0.05$ ) adalah peramal kepada Identiti Sebenar dalam talian. Dimensi dalam konstruk Pengetahuan ini menjadi peramal kepada Identiti Sebenar dalam talian. Empat dimensi lagi iaitu Pengetahuan Muat Naik, Pengalaman, Penulisan Status dan Penapisan Bahasa tidak menjadi peramal kepada Identiti Sebenar dalam talian. Justeru analisis ini menunjukkan pengaruh pemboleh ubah tidak bersandar pengetahuan terhadap pemboleh ubah bersandar iaitu pembentukan identiti sebenar pengguna *Facebook* dalam talian adalah tertakluk kepada pengetahuan am dan penapisan

bahasa. Dapatan ini menjelaskan bahawa individu menggunakan dimensi pengetahuan am, penapisan komen serta pengalaman apabila membentuk identiti sebenar dalam talian mereka.

Jadual 10: Pekali konstruk pengetahuan am, penapisan bahasa dengan identiti sebenar dalam talian

Pemboleh ubah	Unstandardized $\beta$	Standardized $\beta$
Constant	2.551	
Pengetahuan Am	0.169	0.169
Penapisan Bahasa	0.151	0.123

N= 391,  $\beta$  = Nilai Beta

Berdasarkan keputusan analisis regresi pelbagai yang dijalankan, pengkaji melaporkan bahawa konstruk pengetahuan merupakan faktor konstruksi identiti sebenar dalam kalangan pelajar program komunikasi di empat buah universiti terpilih. Analisis ini menjelaskan bahawa konstruksi identiti sebenar dalam talian bagi seseorang individu ditentukan oleh dua dimensi iaitu pengetahuan am dan penapisan bahasa. Pengetahuan am dan penapisan bahasa memainkan peranan dalam mempengaruhi seseorang individu apabila mengkonstruksi identiti sebenar dalam talian. Sebaliknya, individu tidak bergantung kepada pengalaman, pengetahuan muat naik, penapisan komen dan penulisan status apabila mengkonstruksi identiti sebenar dalam talian. Secara rumusannya, pembentukan identiti sebenar dalam *Facebook* ditentukan oleh dimensi pengetahuan am dan penapisan komen yang mengukur konsep Pengetahuan. Walau bagaimanapun, hasil kajian ini turut menunjukkan 95.2 peratus faktor lain yang terkeluar daripada skop kajian ini yang turut menyumbang kepada konstruksi identiti dalam talian.

### c. Hubungan Konstruk Pengetahuan dengan Identiti Samaran

Pemboleh ubah yang diuji dalam hipotesis ini ialah pemboleh ubah tidak bersandar (pengetahuan) dan pemboleh ubah bersandar (identiti samaran). Konstruk pengetahuan diukur dengan menggabungkan dimensi pengetahuan am, pengalaman, penapisan bahasa, pengetahuan memuat naik, penapisan komen, dan penulisan status. Hipotesis ini diuji dengan statistik regresi pelbagai menggunakan prosedur *stepwise*. Aras signifikan 0.05 ditetapkan untuk menolak atau tidak menolak hipotesis nol. Hipotesis nol dalam kajian ini tidak terdapat hubungan antara pengetahuan dengan identiti samaran.

Dalam Jadual 11, hanya dimensi Penulisan Status, Pengetahuan Muat Naik dan Pengalaman mempunyai hubungan positif yang lemah secara signifikan dengan Identiti Samaran, yang menjadi pemboleh ubah bersandar, pada aras 0.05. Dimensi Pengetahuan Am, Penapisan Bahasa, dan Penapisan Komen didapati tidak signifikan. Jadual ini menunjukkan nilai korelasi dimensi Penulisan Status dengan Identiti Samaran yang tertinggi sekali iaitu 0.178, diikuti dengan Pengetahuan Muat Naik sebanyak 0.174, diikuti dengan Pengalaman sebanyak 0.140. Maka didapati bahawa terdapat hubungan positif secara signifikan yang lemah di antara konstruk Pengetahuan dengan Identiti Samaran. Walaupun hubungan adalah lemah, tetapi hasil analisis ini masih dapat menjelaskan bahawa konstruksi Identiti Samaran dalam talian seseorang individu itu adalah dipengaruhi oleh konsep Pengetahuan.

Jadual 11: Korelasi konstruk pengetahuan dengan identiti samaran dalam talian

<b>Pemboleh ubah</b>	<b>Identiti samaran (r)</b>
Penulisan status	0.178
Pengetahuan muat naik	0.174
Pengalaman	0.140

Seperti yang ditunjukkan dalam Jadual 12, nilai regresi ( $R^2$ ) sebanyak 0.032 bagi dimensi konstruk pengetahuan yang menyumbang kepada konstruksi identiti sebenar dalam talian iaitu dimensi Penulisan Status. Berdasarkan Jadual ini, didapati nilai regresi bagi dimensi Penulisan Status adalah 0.032. Ini menjelaskan bahawa dimensi konstruk Pengetahuan iaitu Penulisan Status menyumbang sebanyak 3.2 peratus sebagai peramal kepada pemboleh ubah Identiti Samaran.

Berdasarkan analisis yang dilakukan, kajian mendapati hanya dimensi pemboleh ubah tidak bersandar iaitu Penulisan Status sebagai peramal kepada pemboleh ubah bersandar iaitu Identiti Samaran dalam talian. Lima lagi dimensi pemboleh ubah tidak bersandar iaitu Pengetahuan Am, Pengalaman, Penapisan Bahasa, Pengetahuan Muat Naik dan Penapisan Komen diketepikan daripada analisis regresi kerana didapati tidak menjadi peramal secara signifikan kepada pemboleh ubah bersandar Identiti Sebenar dalam talian. Namun demikian, terdapat faktor lain yang menyumbang sebanyak 96.8 peratus pengaruh terhadap konstruksi identiti samaran dalam talian oleh seseorang individu.

Jadual 12: Analisis sumbangan konstruk pengetahuan terhadap konstruksi identiti samaran dalam talian

<b>Pemboleh ubah peramal</b>	<b>R</b>	<b>R<sup>2</sup></b>
Penulisan status	0.178	0.032

N=391, R= Pekali Pearson, R<sup>2</sup> = Nilai Regresi

Seterusnya, Jadual 13 merupakan Analisis ANOVA. Analisis ANOVA model 1 menunjukkan bahawa nilai F (1, 389) = 12.769,  $p < 0.05$ . Nilai pekali dimensi konstruk Pengetahuan adalah signifikan pada aras 0.05. Justeru, hipotesis nol adalah ditolak. Keputusan ujian ANOVA menunjukkan model 1 regresi pelbagai yang dibentuk oleh pemboleh ubah bersandar dan pemboleh ubah peramal adalah signifikan. Keputusan ANOVA ini menunjukkan hanya dimensi konstruk Pengetahuan iaitu Penulisan Status merupakan faktor peramal kepada konstruksi identiti sebenar dalam talian.

Model regresi pelbagai yang dibentuk oleh pemboleh ubah bersandar dengan pemboleh ubah peramal didapati signifikan (Identiti Samaran =  $1.709 + 0.148$  [Penulisan Status]). Keputusan yang signifikan menunjukkan bahawa model regresi yang dibentuk oleh dimensi Penulisan Status boleh digeneralisasikan kepada populasi.

Jadual 13: Hubungan konstruk pengetahuan dengan identiti samaran dalam talian

<b>Model</b>	<b>df</b>	<b>F</b>
Regresi	1	12.769
Residual	389	
Jumlah	390	

N= 391, F = Nilai F

Dalam Jadual 14, nilai pekali Beta bagi dimensi iaitu Penulisan Status ( $\beta = 0.178$ ,  $p < 0.05$ ) adalah peramal kepada Identiti Samaran dalam talian. Dimensi dalam konstruk Pengetahuan ini menjadi peramal kepada Identiti Samaran dalam talian. Lima dimensi lagi iaitu Pengetahuan Am, Pengalaman, Penapisan Bahasa, Pengetahuan Muat Naik dan Penapisan Komen tidak menjadi peramal kepada Identiti Samaran dalam talian. Justeru analisis ini menunjukkan pengaruh pemboleh ubah tidak bersandar pengetahuan terhadap pemboleh ubah bersandar iaitu pembentukan identiti samaran pengguna *Facebook* dalam talian adalah tertakluk kepada penulisan status. Dapatan ini menjelaskan bahawa individu menggunakan dimensi penulisan status apabila membentuk identiti samaran dalam talian mereka.

Berdasarkan keputusan analisis regresi pelbagai yang dijalankan, pengkaji melaporkan bahawa konstruk pengetahuan merupakan faktor konstruksi identiti samaran dalam kalangan pelajar program komunikasi di empat buah universiti terpilih. Analisis ini menjelaskan bahawa konstruksi identiti samaran dalam talian bagi seseorang individu ditentukan oleh penulisan status. Penulisan status memainkan peranan dalam mempengaruhi seseorang individu apabila mengkonstruksi identiti samaran dalam talian. Sebaliknya, individu tidak menggunakan dimensi pengetahuan am, pengalaman, pengetahuan muat naik, penapisan bahasa dan penapisan komen apabila mengkonstruksi identiti dalam talian. Secara rumusannya, pada ketika individu memaparkan identiti samaran dalam *Facebook*, konstruk pengetahuan yang digunakan ialah dimensi penulisan status. Walau bagaimanapun, hasil kajian ini turut menunjukkan 96.8 peratus faktor lain yang terkeluar daripada skop kajian ini yang turut menyumbang kepada konstruksi identiti dalam talian.

Jadual 14: Pekali konstruk penulisan status dengan identiti samaran dalam talian

Pemboleh ubah	Unstandardized $\beta$	Standardized $\beta$
Constant	1.709	
Penulisan status	0.148	0.178

N= 391,  $\beta$  = Nilai Beta

Daripada analisis yang telah dilakukan, ia menunjukkan bahawa terdapat hubungan yang signifikan antara faktor pengetahuan dengan konstruksi identiti 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 (2008) bahawa 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 menunjukkan bahawa terdapat hubungan yang signifikan antara faktor pengetahuan yang dimiliki oleh pengguna *Facebook* dengan konstruksi identiti dalam talian. Aspek yang mendasari struktur pengetahuan hasil dapatan tinjauan telah dikenal pasti sebagai pengetahuan am, pengalaman, penapisan bahasa, pengetahuan memuat naik, penapisan komen dan penulisan status. Ia merupakan aspek penting yang diambil kira oleh responden apabila mengkonstruksi identiti dalam talian. Dapatan ini adalah selari dengan

saranan 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.

Analisis turut mendapati sampel kajian berpotensi mencipta identiti dalam talian yang pelbagai. Dapatan ini selaras dengan hujah Burke et al. (2009) bahawa individu menonjolkan kepelbagaian identiti dalam media sosial yang digunakan. Pada ketika mereka mencipta identiti samaran, terdapat faktor pengetahuan, emosi dan kemahiran yang digunakan. Begitu juga apabila mengkonstruksi identiti sebenar. Terdapat satu set dimensi faktor pengetahuan, emosi dan kemahiran yang digunakan. Apabila mengkonstruksi identiti samaran, faktor pengetahuan, emosi dan kemahiran yang digunakan turut mencakupi aspek yang tertentu.

Kajian ini juga mendapati bahawa responden telah melakukan beberapa perubahan terhadap sebarang status, gambar atau profil sebelum ia dimuat naik dan dikongsi kepada khalayak *Facebook*. Status, gambar dan profil sering disebut-sebut oleh khalayak sebagai strategi utama untuk memaparkan diri mereka di *Facebook*. Dapatan ini adalah selari dengan kajian yang telah dilakukan Zhao et al. (2008) bahawa tiga strategi yang digunakan oleh pengguna *Facebook* dalam memaparkan identiti dalam talian ialah secara visual iaitu melalui paparan dan perkongsian gambar tentang aktiviti yang dilakukan setiap hari. Strategi yang kedua pula ialah melalui pemaparan profil yang mendedahkan hal sulit atau butiran peribadi termasuk minat dan kegemaran, hobi serta rancangan hiburan kegemaran. Sementara yang ketiga pula ialah paparan identiti melalui coretan yang dipaparkan sebagai status.

#### KESIMPULAN

Identiti dalam talian seringkali didakwa sebagai 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 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.

Meneroka konstruksi identiti dalam talian memberikan peluang kepada 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, dicadangkan agar kajian seumpamanya dapat diperluaskan lagi dengan meneroka media sosial yang lain termasuk *Instagram*, *Twitter*, *YouTube*, *WhatsApp* dan tidak ketinggalan juga *WeChat*. Instrumen kajian ini boleh digunakan untuk mengkaji identiti yang dibina dalam media sosial lain, selain *Facebook*.

Kajian ini tertumpu kepada penerokaan terhadap bagaimana individu sebagai pengguna *Facebook* memaparkan dirinya dalam *Facebook*. Apa yang difikirkan, pengalaman lepas, emosi yang dihadapi serta kemahiran yang dimiliki menjadi faktor yang mempengaruhi konstruksi identiti yang dipaparkan kepada khalayak. Aspek ini menjadi pengukur kepada konstruksi identiti yang dipaparkan dalam talian. Dengan kata lain, kajian ini melihat



konstruksi identiti dalam talian daripada sudut pandangan individu yang mengkonstruksikan identiti itu sendiri. Justeru, penelitian yang meneroka interpretasi pengguna media sosial sebagai rakan maya terhadap konstruksi identiti dalam talian yang lain juga wajar dilakukan pada masa akan datang. Dalam konteks ini, aspek yang boleh diteroka ialah bagaimana individu sebagai rakan di media sosial menginterpretasikan paparan yang dikongsikan melalui media sosial.

#### BIODATA

*Jamilah Maliki* merupakan pensyarah di Fakulti Bahasa dan Komunikasi, Universiti Malaysia Sarawak. Bidang kepakaran beliau ialah media, budaya & masyarakat, serta media baharu. E-mel: [mjamilah@unimas.my](mailto:mjamilah@unimas.my)

*Mohd Nor Shahizan Ali*, PhD, merupakan Profesor Madya di Pusat Kajian Media dan Komunikasi, Fakulti Sains Sosial dan Kemanusiaan, Universiti Kebangsaan Malaysia. Bidang kepakaran beliau ialah dokumentari dan literasi visual. E-mel: [shahizan@ukm.edu.my](mailto: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](https://www.utusan.com.my/utusan/info.asp?Rencana&pg=re_01.htm)
- Aufderheide, P. (1997). Media literacy: From a report of the national leadership conference on media literacy. Dlm. R. Kubey (pnyt.), *Media literacy around the world* (hlm. 80-110). London: Routledge.
- Baker, T. L. (1999). *Doing social research* (2nd ed.). New York: McGraw-Hill.
- Berger, J., O. (1988). Statistical analysis and the illusion of objectivity. *American Scientist*, 76(2), 159-165.
- 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. & Ellison, N. 2007. Social network sites: Definition, history, and scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1), 210-230.
- 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>
- Burke, P. & Stets, J., E. 2009. *Identity theory*. New York: Oxford University Press.
- Canary, D., Cody, M., & Manusov, V. (2003). *Interpersonal communication: A goals-based approach*. Boston: Bedford/St. Martin's.
- Chandler, D., & Munday, R. (pnyt.) (2011). *Oxford dictionary of media and communication*. Oxford: Oxford University Press.
- Chua Yan Piaw. (2011). *Kaedah penyelidikan* (Jilid 1). Kuala Lumpur: McGraw-Hill (Asia).
- Christy M. K., Cheung, P.-Y. C. & Matthew, K. O. L. (2011). Online social networks: Why do students use Facebook?. *Computers in Human Behavior*, 27, 1337-1343.
- Cohen, J. (1988). *Statistical power analysis for the behavioral sciences* (2nd edition). New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates.
- 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.
- Duggan, M., & Brenner, J. (2013). The demographics of social media users, 012. *Pew Internet & American Life Project*. [https://www.pewresearch.org/internet/files/old-media/Files/Reports/2013/PIP\\_SocialMediaUsers.pdf](https://www.pewresearch.org/internet/files/old-media/Files/Reports/2013/PIP_SocialMediaUsers.pdf)
- Erikson, E. H. (1968). *Identity, youth and crisis*. New York: W. W. Norton.
- Faquhar, L. K. (2012). Performing and interpreting identity through Facebook imagery. *New Media Technologies*, 19(4), 446-471.
- Geidner, N., W., Flook, C. A., & Bell, M., W. (2007). *Masculinity and online social networks: Male self-identification on facebook.com*. Paper Presented at Eastern Communication Association 98th Annual Meeting, Providence, RI.
- Gergen, K. J., & Gergen, M. M. (1981). *Social psychology* (2nd ed.). New York: Harcourt, Brace and Jovanovich, Inc.
- Giddens, A. 1997. *Sociology* (3rd ed.). Oxford: Quality Press.
- Gracey, H. L. (1988). Learning the student role: Kindergarten as academic boot camp. Dlm. J. M. Henslin (pnyt.), *Down to earth sociology: Introductory readings* (8th ed., pp. 369-382). New York: The Free Press.

- Héliot, Y. (2010). Knowledge and identity: A review. *International Journal of Management Reviews*, (12), 317-334.
- 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.
- Ili Hadri Khalil. (2018, Januari 30). Malaysia negara ke-9 paling aktif media sosial, ke-5 paling ramai guna e-dagang. *Astroawani*. Retrieved from <https://www.astroawani.com/gaya-hidup/malaysia-negara-ke9-paling-aktif-media-sosial-ke5-paling-ramai-guna-edagang-laporan-166998>
- Jenkins, H. (2009). *Confronting the challenges of participatory culture: Media education for the 21st century*. Cambridge, Massachusetts: The MIT Press.
- Kendall, L. (1998). Meaning and identity in "Cyberspace": the performance of gender, class, and race online. *Symbolic Interaction*, 21(2), 129-153.
- 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, FSSK, Universiti Kebangsaan Malaysia).
- Normah Mustaffa, Faridah Ibrahim, Wan Amizah Wan Mahmud, Fauziah Ahmad, Chang Peng Kee, & Maizatul Haizan Mahbob. (2011). Diffusion of innovations: The adoption of Facebook among youth in Malaysia. *The Public Sector Innovation Journal*, 16(3), 1-15.
- Noumeur, M. N., & Syed Arabi Iddid. (2019). Online self-representation of Malaysian muslim female students: A Facebook case study. *Malaysian Journal of Media Studies*, 20(1), 15-30.
- Pempek, T. A., Yermolayeva, Y. A., & Calvert, S. L. (2009). Collegen students' social networking experiences on Facebook. *Journal of Applied Developmental Psychology*, 30(3), 227-238.
- Potter, W. J. (2008). *Media literacy* (4th ed.). Los Angeles: Sage.
- 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.
- Short, J., Williams, E., & Christie, B. (1976). *The social psychology of telecommunications*. Hoboken, NJ: John Wiley & Sons, Ltd.
- 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.
- Suruhanjaya Komunikasi dan Multimedia Malaysia*. (2018). Communication and multimedia: Facts and figures. Retrieved from <https://www.mcmc.gov.my/skmmgovmy/media/General/pdf/4Q18.pdf>
- 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.