Fakulti Pendidikan, Bahasa dan Komunikasi

Luahan Emosi di Media Sosial sebagai Kandungan Ciptaan Pengguna dalam kalangan Belia

Nur Shaykilah binti Ali Osman

Sarjana Sastera
2025

Luahan Emosi di Media Sosial sebagai Kandungan Ciptaan Pengguna dalam Kalangan Belia

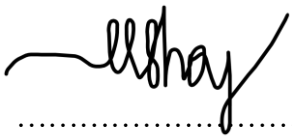
Nur Shaykilah binti Ali Osman

Tesis ini dikemukakan
bagi memenuhi keperluan untuk Ijazah Sarjana Sastera
(Komunikasi)

Fakulti Pendidikan, Bahasa dan Komunikasi
UNIVERSITI MALAYSIA SARAWAK
2025

PERAKUAN

Saya mengaku bahawa kerja-kerja di dalam tesis ini telah diselaraskan dengan peraturan-peraturan Universiti Malaysia Sarawak, dan tesis ini adalah asli. Tesis ini tidak pernah diterima untuk sebarang ijazah dan tidak dikemukakan secara serentak bagi sebarang pencalonan ijazah lain.



……

Tandatangan

Nama: Nur Shaykilah binti Ali Osman

No. Matrik: 21020062

Fakulti Pendidikan, Bahasa dan

Komunikasi Universiti Malaysia Sarawak

Tarikh: 12/3/2025

PENGHARGAAN

Allhamdulillah dengan nama Allah yang Maha Pemurah lagi Maha Penyayang, dengan limpah dan kurniaNya, akhirnya saya telah berjaya menamatkan perjalanan ijazah sarjana saya. Segala puji bagiNya, satu lagi pencapaian besar di dalam hidup ini telah berjaya dicapai. Dengan tulus ikhlas, saya ingin merakamkan setinggi-tinggi penghargaan kepada penyelia saya Dr Jamilah Maliki dan pembantu penyelia Puan Malia Taibi atas segala bimbingan, komen yang bernas dan dedikasi yang diberikan sepanjang menyelia perjalanan sarjana saya ini. Segala jasa dan ilmu yang diberikan tidak akan saya lupakan dan saya dahulukan dengan ucapan jutaan terima kasih.

Saya juga ingin mengucapkan ribuan terima kasih kepada *Center for Graduate Studies* (CGS) dan Universiti Malaysia Sarawak atas nasihat dan sokongan yang diberikan sepanjang tempoh pengajian saya. Selain itu, saya ingin merakamkan penghargaan kepada Skim Geran Penyelidikan Fundamental (FRGS) kerana telah memilih saya sebagai pembantu penyelidik (GRA). Jutaan terima kasih juga kepada 10 orang Informan kajian saya atas kerjasama dan komitmen yang diberikan sepanjang proses pengumpulan data diadakan.

Akhir sekali perjalanan yang indah dan bermakna ini tidak akan terlaksana tanpa sokongan dan kasih sayang yang tidak terhingga daripada Allahyarham ayahanda tercinta, Khanzeb bin Muhammad Rasool, bonda tersayang Rokaiyah binti Abdullah dan suami tercinta Muhammad Faiz bin Arshad. Saya juga ingin merakamkan penghargaan yang tidak terhingga kepada ahli keluarga dan rakan-rakan. Tanpa kalian, perjalanan kali ini pasti akan terasa sepi dan berliku. Segala jasa baik dan pengorbanan kalian tidak dapat saya balas dan semoga Allah SWT memberkati segala jasa baik kalian dengan rahmat dan rezeki di dunia dan akhirat.

ABSTRAK

Kandungan yang dihasilkan pengguna atau *User Generated Content (UGC)* kini memainkan peranan penting dalam arus budaya yang semakin dipengaruhi oleh teknologi. Belia pula dilihat cenderung untuk meluahkan emosi yang mana ekspresi ini dipengaruhi oleh keinginan untuk mempersembahkan versi kehidupan yang sempurna dalam alam maya. Kajian ini mengkaji tentang ekspresi emosi, motif luahan menerusi media sosial dan implikasi setelah meluahkan emosi. Temu bual mendalam telah dijalankan kepada 10 orang Informan menggunakan teknik persampelan *snow ball* yang memenuhi kriteria kajian. Dapatan kajian menunjukkan bahawa media sosial menjadi medium penting untuk belia mengekspresikan emosi berdasarkan kesesuaian platform, tahap privasi, dan budaya penggunaannya. Belia lebih cenderung meluahkan emosi negatif di platform seperti X dan WhatsApp, manakala Instagram digunakan untuk menonjolkan emosi positif. Pilihan media sosial untuk ekspresi emosi ini bukan sahaja mencerminkan fungsi teknikal platform tetapi juga bagaimana belia memahami dan menyesuaikan diri dengan norma sosial dalam ekosistem media digital. Namun begitu, terdapat implikasi terhadap kesejahteraan mental Informan seperti berasa takut, rendah diri, malu dan sakit hati setelah meluah di media sosial kerana tidak selesa dengan pandangan sosial yang diberikan oleh pengguna lain. Kajian akan datang disarankan untuk melihat perbezaan ekspresi emosi dan motif luahan antara generasi berbeza seperti Gen Z, Millennials dan Gen X untuk melihat bagaimana penggunaan media sosial dan ekspresi emosi berbeza mengikut usia. Pengkaji akan datang boleh mengkaji peranan algoritma dan kecerdasan buatan (AI) dalam membentuk ekspresi emosi dan interaksi di media sosial. Termasuklah bagaimana algoritma ini boleh mempengaruhi kandungan yang dilihat dan dibaca oleh pengguna dan kesannya terhadap kesejahteraan mental.

Kata kunci: Media sosial, Expresi, Emosi, Kesejahteraan mental, Belia

Emotional expression as 'User Generated Content' among youth

ABSTRACT

User-Generated Content (UGC) has emerged as a significant contributor to the cultural landscape, increasingly shaped by technological advancements. Notably, young individuals exhibit a propensity to express emotions, often influenced by the desire to portray an idealized version of their lives in the virtual realm. This study investigates emotional expression, the motivations behind such expressions on social media, and the subsequent implications of these emotional disclosures. In-depth interviews were conducted with 10 Informants, selected through snowball sampling techniques, who met the study's criteria. The findings reveal that social media serves as a crucial medium for young individuals to express emotions, influenced by factors such as platform suitability, privacy levels, and user culture. Youth are more inclined to express negative emotions on platforms like X and WhatsApp, whereas Instagram is predominantly used to showcase positive emotions. The choice of social media platforms for emotional expression not only reflects the technical functionalities of these platforms but also underscores how young individuals perceive and adapt to social norms within the digital media ecosystem. However, there are notable implications for the mental well-being of the Informants, including feelings of fear, inferiority, shame, and emotional distress following their social media disclosures, often due to discomfort with the social judgments rendered by other users. Future research is recommended to explore the differences in emotional expression and disclosure motivations across different generations, such as Gen Z, Millennials, and Gen X, to better understand how social media usage and emotional expression vary with age. Additionally, future studies could examine the role of algorithms and artificial intelligence (AI) in shaping emotional expression and interactions on social media, including how these algorithms influence the content users are exposed to and the subsequent impact on mental well-being.

Keywords: *Social media, Expression, Emotion, Mental well-being, Youth*

ISI KANDUNGAN

		Mukasurat
PERAKUAN		i
PENGHARGAAN		ii
ABSTRAK		iii
ABSTRACT		iv
ISI KANDUNGAN		vi
SENARAI JADUAL		ix
SENARAI RAJAH		x
SENARAI SINGKATAN		xi
BAB 1	**PENGENALAN**	12
1.0	Pendahuluan	12
1.1	Latar Belakang Kajian	12
1.2	Penyataan Masalah	15
1.3	Persoalan Kajian	16
1.4	Objektif Kajian	16
1.5	Definisi Konsep	17
1.5.1	Media Sosial	17
1.5.2	Interaksi Dalam Talian	18
1.5.3	Emosi	18
1.5.4	Luahan Emosi	19
1.5.5	Kesejahteraan mental	19
1.5.6	Belia	19

1.5.7 Kandungan Ciptaan Pengguna *(user-generated content)* 20

1.6 Signifikasi Kajian 20

1.7 Skop Kajian 21

1.8 Limitasi Kajian 21

1.9 Kesimpulan 22

BAB 2 KAJIAN LITERATUR 23

2.0 Pendahuluan 23

2.1 Kajian Literatur 23

2.2 Teori 36

BAB 3 KAJIAN METODOLOGI 40

3.0 Pendahuluan 40

3.1 Reka Bentuk Kajian 40

3.2 Instrumen Kajian 41

3.3 Populasi Dan Pensampelan 42

3.4 Pemilihan Sampel/Informan 43

3.5 Proses Pengumpulan Data 44

3.6 Proses Analisis Data 44

3.7 Etika 45

3.8 Kesimpulan 46

BAB 4 DAPATAN KAJIAN 47

4.0 Pendahuluan 47

4.1 Demografi Informan 47

4.2 Jenis Media Sosial Yang Digunakan 48

4.3 Ekspresi Emosi 53

4.4 Motif Luahan Emosi Dalam Media Sosial 73

4.5 Implikasi Luahan Emosi Menerusi Media Sosial 85

4.6 Kesimpulan 100

BAB 5 PERBINCANGAN DAN KESIMPULAN 101

5.0 Pendahuluan 101

5.1 Jenis Media Sosial Yang Digunakan Dan Keaktifan Luahan 104

5.2 Ekspresi Emosi 105

5.2.1 Jenis Hantaran Dan Emosi Berdasarkan Aplikasi Media Sosial 105

5.2.2 Jenis Konten Yang Diekspresikan 107

5.2.3 Respon Emosi Kepada Ciapan Kandungan Pengguna Lain 109

5.3 Motif Luahan Hati 110

5.3.1 Perasaan Selepas Meluahkan Emosi 112

5.4 Implikasi Luahan Emosi 114

5.4.1 Pengaruh Media Sosial 116

5.4.2 Berkelakuan Negatif 117

5.5 Kesimpulan Dan Rekomendasi 120

RUJUKAN 122

LAMPIRAN 127

SENARAI JADUAL

	Muka surat
Jadual 1: Soalan Temu Bual Mendalam Bahagian A Berkenaan Latar Belakang informan.	41
Jadual 2: Soalan Temu Bual Mendalam Bahagian B Berkenaan Luahan Emosi.	41
Jadual 3: Soalan Temu Bual Mendalam Bahagian C Berkenaan Kesan Penggunaan Media Sosial.	42
Jadual 4.1: Demografi Informan	47

SENARAI RAJAH

		Muka surat
Rajah 1.0:	Kerangka teori diintegrasikan daripada Teori Penggunaan dan Kepuasan (Ruggiero, 2000) dan Teori Emosi dan Peraturan (Nolen-Hoeksema & Schweizer, 2010)	37
Rajah 1.1:	Hasil dapatan kajian berpandukan kerangka teori.	101

SENARAI SINGKATAN

UGC	User Generated Content
WHO	World Health Organization
JASP	Statistical Analysis software
RSTATS	University Research Statistical Training and Technical Support Team
MCMC	Malaysian Communications and Multimedia Commission

BAB 1

PENGENALAN

1.0 Pendahuluan

Bab ini menghuraikan tentang latar belakang kajian, definisi konsep, persoalan kajian, pernyataan masalah, kepentingan kajian, skop kajian, dan batasan kajian. Kandungan yang dijana pengguna adalah terma yang akan digunakan sepanjang penulisan bagi menggantikan terma bahasa inggeris iaitu *User Generated Content (UGC).* Bab ini penting bagi memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang penyelidikan yang dilakukan.

1.1 Latar Belakang Kajian

Perkembangan pesat teknologi daripada media tradisional kepada media baharu telah mewujudkan dunia tanpa sempadan. Media baharu adalah berbentuk digital, dan selalunya mempunyai ciri-ciri yang boleh dimanipulasi, mudah alih, padat, boleh dimampatkan dan interaktif. Kemunculan teknologi baharu digital menandakan perubahan radikal yang berpotensi bagi siapa yang mengawal maklumat, pengalaman dan sumber (Moreno dan Koff, 2015). Salah satu media baharu yang semakin pesat berkembang dan telah sebati dalam kehidupan kita pada era digital ini adalah media sosial. Media sosial bukan sahaja menjadi medium untuk berkomunikasi tetapi juga sebagai medium untuk menyebarkan maklumat dan berkongsi pendapat.

Media sosial secara umumnya boleh difahami sebagai aplikasi berasaskan Internet yang membawa *"kandungan ciptaan pengguna (user-generated content)"* merangkumi ungkapan media dicipta oleh pengguna, biasanya dimaklumkan oleh pengalaman berkaitan, dan diarkibkan atau dikongsi dalam talian untuk akses mudah oleh pengguna lain yang cenderung dipengaruhi" (Blackshaw, 2006). Media sosial boleh diklasifikasikan mengikut

dua dimensi utama: kehadiran sosial, persembahan diri/pendedahan diri (Kaplan dan Haenlein, 2010). Menurut Kotler et al. (2010), media sosial boleh diungkapkan dalam dua kategori luas bergantung kepada tujuan utamanya: a) media sosial ekspresif di mana pengguna mengekspresikan diri mereka dengan berkongsi teks, video, gambar, muzik; manakala b) media sosial kolaboratif di mana pengguna berkongsi pengetahuan dan kandungan, secara umum, dan bekerjasama untuk matlamat yang sama. Media sosial menawarkan peluang yang unik untuk memperbaharui hubungan antara kerajaan dan rakyat, daripada maklumat mono atau dua arah bertukar menjadi proses komunikasi berterusan (Agostino, 2013).

Hasil tinjauan MCMC (2024) mendapati bahawa 72% rakyat Malaysia adalah pengguna tegar media sosial sekaligus menempatkan Malaysia dalam kedudukan tinggi global dalam kadar ketagihan media sosial. Tinjauan ini juga mendedahkan bahawa media sosial sering digunakan sebagai alat untuk mengatasi tekanan hidup atau mengisi kesunyian.

Kandungan yang dijana pengguna kini memainkan peranan penting dalam arus budaya yang semakin dipengaruhi oleh teknologi. Platform media sosial juga menyediakan ruang yang mudah untuk digunakan oleh penggunanya dalam meluahkan emosi secara meluas. Sifat media sosial yang memberi ruang kepada pengguna untuk mudah berinteraksi dan menerima sokongan sosial mengenai pelbagai isu kehidupan harian, maka dengan ini luahan emosi secara langsung semakin meningkat menerusi media sosial (De Choudhury dan Counts, 2012). Hal ini dapat dilihat, di laman media sosial yang mana pengguna aktif meluahkan ekspresi emosi seperti isu Israel dan Palestin, mahupun pengalaman peribadi seperti percutian keluar negara.

Media sosial seperti WhatsApp, Instagram, Facebook, dan Twitter digunakan secara meluas untuk berkomunikasi dengan rakan-rakan dan keluarga. Belia sering menggunakan platform ini untuk berkongsi maklumat, berita, dan pengalaman peribadi. Kajian oleh *We Are Social and Hootsuite* (2023) menunjukkan bahawa 88% pengguna internet di Malaysia menggunakan media sosial untuk berkomunikasi dengan orang lain. Manakala, laporan

oleh *Malaysian Communications and Multimedia Commission* (MCMC) (2022) menunjukkan peningkatan penggunaan platform seperti YouTube dan LinkedIn untuk tujuan pembelajaran dalam kalangan belia. Belia di Malaysia menggunakan media sosial sebagai platform untuk pembelajaran dan perkembangan diri. Mereka sering mengikuti laman pendidikan, tutorial, dan webinar untuk meningkatkan pengetahuan dan kemahiran.

Selain itu, platform seperti TikTok, YouTube, dan Instagram digunakan secara meluas untuk tujuan hiburan. Belia sering menonton video, mendengar muzik, dan mengikuti trend terkini melalui media sosial dan statistik menunjukkan bahawa 70% belia di Malaysia menggunakan media sosial untuk tujuan hiburan MCMC (2023).

Kajian terdahulu menunjukkan bahawa golongan belia adalah golongan yang paling aktif mengekspresikan emosi positif dan negatif dalam talian (Weinstein, 2016). Belia juga cenderung untuk meluahkan emosi yang mana ekspresi ini dipengaruhi oleh keinginan untuk mempersembahkan versi kehidupan yang sempurna dalam alam maya. Belia adalah golongan yang terkesan secara signifikan oleh perkembangan media sosial dan membesar dalam era media sosial telah menjadi sebahagian daripada kehidupan seharian serta digunakan sebagai ruang mengekspresikan emosi (Jamilah et al., 2024). Namun begitu, implikasi kesejahteraan mental melalui luahan emosi, sama ada luahan positif mahupun negatif yang sering dilakukan mungkin terwujud.

Oleh yang demikian, kajian ini dijalankan demi merungkai ekspresi luahan emosi pengguna menerusi media sosial dan motif luahan tersebut serta implikasinya kepada kesihatan mental pengguna. Kajian lepas hanya mengkaji tentang pelajar sekolah menengah sahaja, maka skop kajian ini memfokuskan tentang luahan emosi di media sosial sebagai kandungan yang dijana pengguna dalam kalangan belia berumur 18 tahun hingga 40 tahun. Oleh itu kajian ini hanya memfokuskan tentang, ekspresi emosi yang digambarkan oleh belia dalam media sosial dan motif luahan emosi itu serta implikasinya terhadap kesihatan mental penggunanya.

1.2 Pernyataan Masalah

Media sosial seperti Facebook, Instagram dan Tiktok telah menjadi medan popular untuk curahan perasaan dalam kalangan pengguna, sama ada dalam bentuk perkongsian positif yang menggembirakan mahupun luahan negatif seperti rintihan atau kemarahan (Bernama, 2023). Isu kemurungan yang berpunca daripada penggunaan media sosial semakin membimbangkan dan perlu diberi perhatian serius (Sinar Harian, 2023). Kajian oleh Fan et al. (2020) menyokong kebimbangan ini dengan dengan membuktikan bahawa ekspresi emosi marah di media sosial cenderung mencetuskan interaksi negatif seperti respons yang tidak empati, penghinaan, atau penyebaran kebencian.

Kajian menunjukkan bahawa emosi yang dikongsi individu melalui kemas kini status di media sosial mencerminkan keadaan emosi harian mereka secara holistik (panger, 2017). Hal ini berlaku kerana media sosial sering berfungsi sebagai "diari digital" yang mencatat luahan spontan pengguna, sama ada kegembiraan, kemarahan, kesedihan, atau keresahan. namun, penting untuk diperhatikan bahawa kajian oleh panger mempunyai batasan tertentu. Kajian ini hanya memfokuskan pada analisis emosi pengguna berdasarkan ekspresi diri mereka di platform tertentu, iaitu facebook dan instagram. Selain itu, kajian ini tidak meneliti kesan jangka panjang emosi yang diluahkan terhadap kesejahteraan mental pengguna, yang merupakan aspek kritikal dalam era digital kini.

Benar News (2024) melaporkan gadis berusia 20 tahun melalui pengalaman pahit dijauhi rakan-rakan sekolah setelah melaporkan perbuatan guru dan laman media sosialnya dihujani ‘serangan’ komen-komen toksik. Gadis ini mengalami kemurungan yang teruk akibat komen yang diterima melalui hantaran luahan di akaun media sosial miliknya. Disebabkan senario ini, pentingnya untuk melaksanakan penyelidikan secara ilmiah untuk memahami bagaimana konteks komunikasi di media sosial dan ianya digunakan sebagai medium luahan

emosi dan sumbangannya kepada bidang komunikasi.

Justeru, adalah penting untuk mengkaji pola penggunaan media sosial sebagai saluran luahan emosi serta kesannya terhadap kesejahteraan mental pengguna. Penyelidikan mendalam diperlukan bagi memahami bagaimana media sosial yang bersifat visual dan interaktif mempengaruhi cara generasi muda mengekspresikan perasaan, serta apakah implikasinya terhadap kesihatan mental.

1.3 Persoalan Kajian

I. Apakah jenis ekspresi emosi yang sering diperlihatkan dalam media sosial?

II. Apakah motif kepada setiap luahan dalam media sosial?

III. Apakah implikasi luahan emosi terhadap kesihatan mental belia?

1.4 Objektif Kajian

I. Mengenalpasti ekspresi emosi dalam kalangan pengguna aktif media sosial.

II. Meneroka motif luahan emosi dalam kalangan belia menerusi media sosial.

III. Menganalisis implikasi luahan emosi menerusi media sosial

1.5 Definisi Konsep

Berikut merupakan definisi konsep bagi setiap kata kunci kajian ini.

1.5.1 Media Sosial

> Istilah 'media sosial' merujuk kepada pelbagai rangkaian berasaskan internet yang membolehkan pengguna berinteraksi dengan orang lain, secara lisan dan visual (Carr dan Hayes, 2015). Sekurang-kurangnya 92% remaja aktif di media sosial dan kumpulan umur 13-17 sebagai pengguna aktif media sosial, dengan 87% mempunyai akses kepada komputer, dan 58% kepada peranti tablet. Hampir tiga perempat daripada remaja berumur 15 hingga 17 tahun menggunakan telefon pintar, dan 68% daripada mereka yang berumur 13 hingga 14 (Pusat Penyelidikan Pew, 2015).

Menurut Setiadi (2016), media sosial adalah satu medium di internet yang membolehkan pengguna mengekspresikan dirinya mahupun berinteraksi, bekerjasama, berkongsi, berkomunikasi dengan pengguna lain dalam membentuk ikatan sosial secara maya. Terdapat tiga bentuk dalam media sosial yang merujuk kepada maksud bersosial adalah pengenalan *(cognition)*, komunikasi *(communicate)* dan kerjasama *(cooperation)*. Penggunaan media sosial dilihat sebagai alat interaktif bagi golongan remaja dan belia dalam mencipta dan mewarnai pengalaman kehidupan seharian berbanding dengan media tradisional (Bartsch dan Subrahmanyam, 2015). Justeru, media sosial diterjemah sebagai elemen penting dalam perkembangan belia dalam proses interaksi maya mahupun transaksi bahan elektronik dan juga mencipta kandungan media sosial. Ini kerana interaksi dalam talian memberi kebebasan kepada pengguna untuk berkongsi serta memuat naik maklumat tanpa sekatan atau tapisan. Walau bagaimanapun, situasi ini juga memberikan risiko kepada pengguna kerana kelompongan kawalan membolehkan seseorang untuk berkongsi informasi yang memberi kesan negatif kepada pengguna lain. Dalam kajian ini, informan menggunakan beberapa

jenis media sosial sebagai platform luahan emosi antaranya Facebook, Instagram, WhatsApp dan Twitter (kini dikenali sebagai X). Media sosial adalah sebuah platform dalam talian yang digunakan untuk mencipta kandungan, berkongsi dan berintersi dengan kandungan digital seperti teks, video, gambar, audio dan emoji secara pantas dan mudah.

1.5.2 Interaksi dalam Talian

Interaksi dalam talian ditakrifkan sebagai komunikasi dua hala antara pengguna yang terpisah secara fizikal namun boleh berhubung secara maya serta peranannya dalam pembelajaran, penglibatan sosial dan pembangunan kognitif (Molinillo et al., 2018). Komunikasi yang berlaku antara individu mahupun kumpulan dalam persekitaran digital ditakrifkan sebagai proses pembentukan hubungan dan komunikasi yang menghubungkan individu, komuniti dan perniagaan melalui platform digital yang membolehkan pertukaran maklumat secara langsung atau tidak langsung (Kaplen dan Haenlein, 2010). Interaksi dalam talian merujuk kepada proses komunikasi atau pertukaran maklumat yang melibatkan individu, kumpulan atau organisasi mellaui platform digital.

1.5.3 Emosi

Menurut (Berridge, 2018; Hommel, 2018) konsep emosi merujuk kepada pengalaman psikologi yang melibatkan perasaan subjektif berbeza seperti kegembiraan, kesedihan, kemarahan dan ketakutan yang disertai dengan tidak balas fisiologi dan tingkah laku tertentu. Emosi penting dalam membuat sesuatu keputusan, pengawalan diri dan interaksi sosial serta memainkan peranan penting dalam menentukan bagaimana individu bertindak balas terhadap peristiwa atau rangsangan yang memberi makna tertentu. Emosi adalah tindak balas psikologi dan fisiologi yang kompleks yang melibatkan perubahan seperti degupan jantung dan ekspresi emosi seperti tingkah laku (mimik wajah, gerak badab atau tangisan). Contoh emosi positif seperti gembira, bahagia tennag dan

bangga. Manakala contoh emosi negatif, berasa sedih, marah, kecewa dan stress.

1.5.4 Luahan Emosi

Menurut Gross (1998) luahan emosi adalah sebahagian daripada proses regulasi emosi di mana individu mengawal dan menguruskan emosi mereka untuk menyesuaikan diri dengan persekitaran sosial. Manakala, Pennebaker (1997) menyatakan bahawa meluahkan emosi, terutamanya melalui penulisanan, boleh memberikan kesan terapeutik dan meningkatkan kesejahteraan psikologi. Luahan emosi merujuk kepada proses meluahkan atau menyatakan perasaan dalaman secara lisan, bukan lisan atau melalui pelbagai bentuk media.

1.5.5 Kesejahteraan Mental

World Health Organization (WHO) (2014) menjelaskan bahawa kesejahteraan mental adalah aspek penting dalam kesihatan menyeluruh, yang melibatkan perasaan bahagia, sihat, serta kemampuan untuk menghadapi stres kehidupan seharian. Kesejahteraan mental merujuk kepada keadaan seimbang secara emosi dan psikologi, di mana individu dapat mengatasi cabaran hidup, membentuk hubungan yang positif, dan berfungsi dengan baik.

1.5.6 Belia

Kementerian Belia dan Sukan (2007) mengkategorikan individu yang berumur antara 15 sehingga 40 tahun dikategorikan sebagai belia di Malaysia. Golongan ini adalah golongan yang berada di peringkat peralihan dari remaja ke dewasa dan juga dianggap sebagai golongan yang penting dalam pembangunan negara kerana kumpulan ini adalah aset utama negara dalam pencapaian sosial, ekonomi dan pembangunan (Kementerian Belia dan Sukan, 2007). Pindaan undang-undang telah diluluskan untuk menurunkan had umur *belia* menjadi 15 hingga 30 tahun, selaras dengan piawaian antarabangsa (eCentral, 2019). Walau bagaimanapun, menurut Sinar Harian (2024), pelaksanaan rasmi bagi akta ini ditangguhkan dan dijadual berkuat kuasa

pada 1 Januari 2026. Sehingga Tarikh kuat kuasa tersebut iaitu 1 Januari 2026, had umur belia yang sah masih kekal pada 15 hingga 40 tahun. Belia adalah warganegara Malaysia yang berada dalam lingkungan umur tertentu seperti yang ditetapkan oleh dasar dan undang-undang negara.

1.5.7 Kandungan Ciptaan Pengguna *(user-generated content)*

Kaplan (2010) menyatakan bahawa kandungan yang dijana pengguna merujuk kepada kandungan media yang dihasilkan oleh orang awam dan bukannya oleh golongan profesional yang dibayar, dan lazimnya disebarkan melalui platform digital. Kandungan Ciptaan Pengguna *(user-generated content)* merujuk kepada sebarang bentuk kandungan digital seperti teks, imej, video, ulasan, komen atau siaran media sosial.

1.6 Signifikasi Kajian

Kajian ini menghasikan dapatan yang baru tentang luahan emosi yang sering diperlihatkan dalam media sosial mengikut jenis aplikasi. Dengan adanya kajian ini, penyelidik boleh mendapatkan pandangan setiap Informan yang merupakan pengguna aktif media sosial tentang jenis luahan yang sering dikeluarkan dan motif luahan tersebut. Selain itu, media sosial juga boleh memberi kesan positif dan negatif terhadap kesihatan mental. Dengan adanya kajian untuk mengkaji dapat melihat implikasinya secara positif dan negatif kepada pengguna itu sendiri, penyelidik menyenaraikan implikasi yang boleh dibaca dan menjadi panduan kepada masyarakat. Hal ini kerana, luahan emosi menerusi media sosial semakin menjadi kebimbangan, yang mana pengguna lebih terbuka untuk meluahkan rasa melalui media sosial sehinggakan tidak ada tapisan luahan yang diterapkan, maka dengan itu kesejahteraan mental pengguna juga harus dititik beratkan.

Secara keseluruhannya, kajian tentang luahan emosi di media sosial sebagai kandungan yang dicipta pengguna dalam kalangan belia ini merupakan bidang penyelidikan penting yang boleh memberikan pandangan tentang jenis ekspresi, motif luahan dan implikasinya terhadap pengguna media sosial.

1.7 Skop Kajian

Kajian ini memfokuskan kepada analisis ekspresi emosi belia melalui media sosial, motif luahan emosi tersebut, serta implikasinya terhadap kesihatan mental belia. Belia yang berumur 15 hingga 30 tahun dan dipilih melalui teknik persampelan *snowball*. Skop kajian ini tidak meliputi semua platform media sosial yang sedia ada dan tidak membuat perbandingan merentas kumpulan usia yang berbeza. Kajian ini juga terhad kepada analisis kualitatif melalui pelaksanaan temu bual mendalam bersama 10 orang informan, di mana data yang diperoleh dianalisis secara tematik dengan memfokuskan hanya pada transkrip yang relevan dengan objektif kajian. Maka, tumpuan kajian ini adalah untuk memahami ekspresi emosi, motif luahan emosi dan implikasinya terhadap kesejahteraan mental pengguna media sosial yang akan dibentangkan secara terperinci menerusi Bab 4 dan Bab 5 dalam penulisanan tesis ini.

1.8 Limitasi Kajian

Kajian ini menghadapi beberapa batasan yang perlu diakui, terutamanya dalam aspek pemilihan peserta. Kesukaran utama yang dihadapi adalah dalam proses mengenal pasti informan yang benar-benar aktif meluahkan emosi di media sosial dan pada masa yang sama bersedia untuk berkongsi pengalaman mereka melalui temu bual mendalam. Untuk menangani cabaran ini, penyelidik terpaksa menggunakan teknik persampelan *snowball* yang bergantung kepada cadangan daripada informan awal untuk mengenal pasti peserta lain dalam rangkaian sosial mereka. Walaupun pendekatan ini berkesan untuk mencapai populasi sasaran yang spesifik, ia mungkin menimbulkan beberapa kelemahan dari segi representasi sampel. Risiko

wujudnya bias dalam sampel adalah tinggi memandangkan peserta cenderung berasal dari kalangan sosial yang serupa, yang mungkin menjejaskan kepelbagaian perspektif dalam kajian.

Selain itu, teknik ini juga bergantung sepenuhnya pada jaringan sosial informan awal, yang turut berpotensi menghadkan variasi latar belakang peserta. Jaringan sosial bersifat kenalan peribadi ini secara tidak langsung mencipta satu lingkungan sampel yang homogen, di mana peserta-peserta yang terpilih berkemungkinan besar berkongsi persamaan dari segi demografi, status sosioekonomi, pandangan hidup, dan pengalaman penggunaan media sosial. Kekangan ini seterusnya boleh menjejaskan keluasan dan kedalaman pemahaman terhadap fenomena yang dikaji, kerana data yang diperoleh mungkin tidak dapat mewakili keseluruhan spektrum pengalaman dan perspektif yang wujud dalam kalangan populasi belia yang lebih luas.

Walaupun terdapat batasan-batasan ini, penemuan kajian tetap memberikan sumbangan berharga dalam memahami fenomena luahan emosi di media sosial dalam kalangan belia. Namun, adalah penting untuk menafsirkan hasil kajian dengan mengambil kira konteks dan ciri-ciri khusus peserta yang terlibat.

1.9 Kesimpulan

Secara kesimpulannya, kajian ini mengkaji ekspresi emosi, motif luahan emosi dan implikasinya terhadap kesihatan mental pengguna menerusi media sosial. Bab seterusnya akan membincangkan tentang kajian literatur dan teori yang digunakan dalam kajian ini.

BAB 2

KAJIAN LITERATUR

2.0 Pendahuluan

Bab ini akan membincangkan tentang tinjauan literatur, dan teori. Kajian literatur adalah elemen penting untuk menjalankan penyelidikan ini kerana ia membantu mengenal pasti masalah menggunakan artikel yang disemak. Selain itu, ia membantu mengenal pasti pendekatan terbaik untuk mencapai matlamat projek berdasarkan kajian. Oleh itu, bab ini dapat membantu kita untuk meneliti setiap masalah yang dijelaskan dengan teori yang lebih tepat.

2.1 Kajian Literatur

2.1.1 Emosi dan Ekspresi Diri di Media Sosial

Emosi marah lebih berkesan dalam mencetuskan interaksi dan penyebaran sentimen dalam media sosial berbanding emosi kegembiraan. Fan et al. (2020) mengkaji bagaimana emosi yang berbeza, terutamanya kemarahan dan kegembiraan, mempengaruhi interaksi pengguna dan penyebaran sentiment di media sosial. Analisis sentimen telah dijalankan untuk mengklasifikasikan hantaran ke dalam kategori emosi dan emosi yang ditekankan adalah emosi marah dan gembira. Analisis korelasi juga dijalankan untuk mengkaji bagaimana hantaran yang mengandungi emosi marah dan gembira mempengaruhi interaksi pengguna berikutnya, termasuklah tanda suka *(like),* komen dan perkongsian semula. Kajian mendapati, sentimen marah cenderung mencetuskan reaksi yang lebih jelas daripada pengguna, mengakibatkan penyebaran sentimen yang lebih besar dan pantas dalam rangkaian sosial. Sebaliknya, kandungan yang menggambarkan kegembiraan mempunyai pengaruh yang lebih terhad dan lambat terhadap interaksi pengguna. Kajian ini juga menekankan keperluan untuk memantau

tren emosi dalam media sosial bagi memahami kesannya terhadap masyarakat dan psikologi dengan lebih baik.

Kajian lepas juga turut memerhati bagaimana ekspresi emosi pengguna di platform Weibo didominasi oleh emosi negatif seperti ketakutan dan kemarahan yang berkait rapat dengan tidak puasan hati terhadap respon kerajaan China dan kebimbangan terhadap penyebaran wabak COVID-19 pada masa itu. Zhou et al. (2020) mengkaji bagaimana ekspresi emosi disampaikan di platform media sosial China juga menggunakan aplikasi Weibo, semasa pandemik COVID-19. Pola-pola hantaran yang sarat dengan emosi bagi memahami bagaimana pengguna bereaksi secara emosi terhadap kesihatan kesihatan awam dan impaknya. Analisis kandungan dijalankan terhadap hantaran yang dibuat di Weibo pada kemuncak pandemik untuk mengklasifikasikan hantaaran tersebut ke dalam pelbagai kategori emosi, seperti ketakutan, kemarahan, kesedihan dan harapan. Hasil dapatan menunjukkan bahawa emosi negatif, terutamanya ketakutan dan kemarahan, merupakan ekspresi emosi yang paling dominan dan berkaitan dengan ketidakpuasan terhadap respon kerajaan. Ketakutan pula dikaitkan dengan kebimbangan tentang penyebaran wabak pada ketika itu serta keselamatan diri.

Jamilah et al. (2024) mengkaji tentang pengguna media sosial khususnya belia yang berumur 18-30 tahun yang menggunakan media sosial sebagai medium ekspresi diri melalui emotikon dan simbol serta bagaimana mereka memberi reaksi emosi terhadap posting mereka sendiri dan orang lain. Kajian ini bukan sahaja melihat apa yang belia lauahkan atau bagaimana mereka mengekspresikan diri, tetapi juga bagaimana mereka merasakan dan bertindak balas secara emosi dalam ruang digital. Seramai 500 responden seluruh Malaysia terlibat dalam survei yang dijalankan dengan cara menjawab borang soal selidik. Hasil dapatan menunjukkan kebanyakan responden menggunakan emotikon dan simbol sebagai cara untuk mengekspresikan diri mereka di media sosial. Belia secara umum menunjukkan kecenderungan terhadap posting positif dan lebih selesa atau lebih aktif dengan kandungan positif. Belia juga mempunyai empati dan pemaham tentang posting negatif dimana belia ada kesedaran dan reaksi terhadap posting

negatif. Kajian ini menyimpulkan bahawa media sosial memperluas medan bagi ekspresi diri belia serta interaksi emosi sambil ia boleh memberi peluang positif (penyataan diri, penghubungan sosial), ia juga hadir dengan cabaran dari segi aliran maklumat yang tidak menentu dan mungkin mempengaruhi kesejahteraan mental. Hasil kajian juga melihat media sosial bukan semata-mata sebagai 'ruang risiko' untuk kesejahteraan mental belia, tetapi juga ruang peluang untuk ekspresi diri yang signifikan dalam konteks generasi muda Malaysia.

Piccerillo dan Digennaro (2024) menyemak secara sistematik literatur yang menghubungkan kecerdasan emosi dalam kalangan remaja dengan penggunaan media sosial. Kajian mempunyai fokus khusus kepada komponen seperti regulasi emosi, empati, dan harga-diri *(self-esteem)* dalam konteks penggunaan media sosial. Terdapat hubungan negatif yang konsisten antara tahap kecerdasan emosi yang lebih rendah dengan tahap penggunaan media sosial yang bermasalah di kalangan remaja. Dengan kata lain, remaja yang mempunyai regulasi emosi yang lemah cenderung untuk mengalami penggunaan media sosial secara bermasalah. Penemuan ini mencadangkan bahawa meningkatkan kemampuan emosi (kecerdasan emosi) dalam kalangan remaja mungkin menjadi satu strategi pencegahan penting untuk mengurangkan risiko penggunaan media sosial yang bermasalah.

Ekspresi individu melalui Twitter dapat menggambarkan ciri personaliti individu tersebut. Orehek & Human (2017) menyelidik bagaimana luahan emosi ataupun perasaan individu melalui Twitter menggambarkan ciri personaliti mereka dan sejauh mana kesesuaian antara luahan tersebut dengan sifat peribadi sebenar. Kajian ini melibatkan seramai 128 pelajar sarjana muda yang aktif menggunakan Twitter dan peserta juga memberikan 10 *tweet* terakhir mereka serta melengkapkan penilaian personaliti mengenai harga diri dan gaya ketertarikan. ciapan yang diberikan telah dinilai oleh 11 orang penilai yang memberi penilaian terhadap ciri-ciri personaliti peserta dan penilai juga tidak mengetahui identiiti peserta. Hasil kajian mendapati bahawa ekspresi diri melalui ciapan dapat menggambarkan kecenderungan tingkah laku serta ciri-ciri interpersonal individu pada tahap tertentu.

Penggunaan kata-kata emosi dalam mesej Twitter meningkatkan penyebaran mesej sebanyak 20% dengan sokongan sosial yang lebih kuat. Brady et al. (2022) mengkaji tentang bagaimana emosi seperti perasaan moral ataupun kemarahan boleh memperngaruhi penyebaran kandungan dalam rangkaian sosial. hasil kajian mendapati bahawa penggunaan kata-kata emosi moral meningkatkan penyebaran mesej mahupun info sebanyak 20%. Penyebaran info juga lebih efektif dalam kalangan pengguna yang berkongsi rangkaian yang sama. Kajian ini menggunakan analisis kandungan terhadap mesej Twitter yang menggunakan hashtag *#stupidcancer* dalam tempoh dua tahun. Fokusnya adalah untuk mengkategorikan sokongan sosial berdasarkan jenis maklumat atau emosi dan arah sokongan (ekspresi atau penerimaan). Kajian ini juga menilai bagaimana platform Twitter membolehkan pengguna berkongsi mesej dengan seluruh rangkaian mereka, bukan hanya dalam kalangan komuniti kanser. Hasil kajian menunjukkan bahawa aplikasi Twitter menyediakan ruang untuk pelbagai jenis sokongan sosial, termasuk ekspresi emosi yang memainkan peranan penting dalam komunikasi dan tangkah laku manusia. Aplikasi Twitter juga mempunyai potensi untuk memperluas akses sokongan sosial dengan menjangkau pengguna di luar komuniti kanser. Hasil penyelidikan ini juga dapat membantu untuk membina asas konseptual dan emperikal bagi kajian akan datang tentang kesan pelbagai jenis sokongan dalam komuniti dalam talian terbuka.

Penggunaan Instagram mempengaruhi remaja untuk membentuk identiti diri yang sesuai dengan persepsi sosial, walaupun kadangkala berbeza daripada identiti sebenar di luar rangkaian maya. Cahaya dan Yulianto (2018) menceritakan tentang bagaimana media sosial terutamanya Instagram dapat membentuk identiti diri remaja itu sendiri. Kajian ini juga mendapati bahawa remaja yang aktif ataupun kerap menggunakan akaun Instragram akan mengambil tindakan membentuk diri mereka sesuai dengan persepsi dan kehendak orang sekeliling. Golongan ini juga adalah golongan yang ingin sentiasa tampil baik dan memberi impak sosial yang baik dalam kehidupan sosial di alam siber. Kadang-kala jati diri atau

keterampilan yang dibentuk oleh golongan ini di dalam media sosial Instagram, tidak semestinya sama dengan imej dalam kehidupan sehari-hari kerana ianya dipengaruhi oleh persekitaran di dalam media sosial sahaja. Kajian ini menggunakan kaedah kualitatif, di mana temu bual mendalam telah dijalankan kepada 5 Informan remaja berumur 18 tahun hingga 24 tahu juga merupakan pengguna aktif media sosial Instagram. Kajian ini mencadangkan pengkaji akan datang agar mempelbagaikan latar belakang dan peringkat umur Informan untuk mendapatkan data yang variasi.

2.1.2 Pengaruh Media Sosial terhadap Kesihatan Mental

Media sosial berpotensi meningkatkan risiko buli siber yang menyumbang kepada pengasingan sosial dan memberi kesan negatif terhadap kesejahteraan emosi belia. Menurut O'reilly et al. (2018), media sosial telah menyediakan mekanisme untuk orang lain terlibat dalam tingkah laku yang membentuk buli, di mana boleh mewujudkan rasa terasing dan memberi kesan negatif kepada kesejahteraan emosi. Tambahan pula, mereka menyedari bahawa dengan menggunakan media sosial, remaja mendedahkan diri mereka kepada tingkah laku kerana tingkah laku ini datangnya dari media sosial itu sendiri seperti buli. Dapatan kajian menunjukkan bahawa remaja sering beranggapan bahawa penggunaan media sosial berkait rapat dengan kesejahteraan mental. Selain itu, media sosial secara semula jadi mempunyai implikasi negatif yang boleh membawa kepada kebimbangan moral.

Sulaiman et al. (2024) meninjau secara menyeluruh hubungan antara penggunaan media sosial dan kesejahteraan mental khususnya bagaimana interaksi dalam talian yang dikurasi (curated online interactions) mempengaruhi kesejahteraan psikologi. Kajian juga menggunakan kerangka teori seperti Social Comparison Theory dan model-peribadi untuk memahami mengapa penggunaan media sosial boleh mempunyai kesan positif dan negatif terhadap kesihatan mental. Kajian ini mengguna pendekatan *systematic scoping review* iaitu kajian literatur yang mengenal pasti dan mensintesis kajian-kajian terkini yang relevan,

bermula dari tahun 2019 dan seterusnya. Hasil ulasan mendapati penggunaan media sosial boleh mempunyai kesan negatif terhadap kesihatan mental, terutamanya apabila digunakan secara berlebihan, dengan kaitan kepada kebimbangan, kemurungan, rasa rendah, gangguan tidur dan pengalaman seperti *Fear of Missing Out (FOMO).* Kajian ini mengesahkan bahawa penggunaan media sosial adalah aspek yang relevan apabila kita berbicara tentang kesejahteraan mental belia, sesuai dengan kajian tesis ini mengenai belia Malaysia dan ekspresi emosi di media sosial.

Penggunaan media sosial boleh membawa kepada pengasingan sosial, kemurungan dan perbandingan negatif yang memberi kesan buruk terhadap kesihatan mental. Ashford (2017) mendapati sesetengah individu mungkin mengalami perasaan pengasingan sosial, kemurungan, rasa tidak selamat, cemburu, dan rasa rendah diri semasa menggunakan media sosial. Sesetengah individu mengalami herotan kognitif apabila membandingkan kehidupan mereka dengan kandungan pengguna lain, yang boleh menyebabkan perasaan sedih dan kemurungan. Sebagai contoh termasuklah membandingkan jumlah "suka" dan pengikut yang diterima, terasa seperti dipinggirkan, tidak dijemput ke sesuatu acara dan membandingkan gambar atau video yang dimuat naik di media sosial. Secara amnya, media sosial berpotensi menimbulkan gejala kesihatan mental yang mana pada mulanya pengguna itu sendiri tidak menyedarinya. Namun begitu, media sosial merupakan satu medium yang bersifat universal, di mana penggunanya boleh mengakses siapa sahaja walau di mana berada kerana media sosial juga bersifat tidak terhad. Walaupun media sosial telah membawa satu cara komunikasi yang baharu, namun, peluang baharu untuk mengganggu kesihatan mental seseorang juga turut muncul. Sebagai contoh, buli siber yang mana boleh memberi kesan yang negatif yang besar apabila melibatkan mangsa membunuh diri.

Jiang (2025) mengkaji tentang hubungan antara penggunaan media sosial dan kesihatan mental dalam kalangan remaja, dengan fokus terhadap isu-isu seperti kemurungan *(depression),* kebimbangan *(anxiety),* buli siber *(cyberbullying)* dan penggunaan bermasalah

media sosial. Selain itu, kajian turut mempertimbangkan bagaimana latar belakang seperti penyalahgunaan semasa zaman kanak-kanak *(childhood maltreatment)* boleh mempengaruhi bagaimana remaja berinteraksi dengan media sosial dan bagaimana hubungan itu mungkin menjejaskan keadaan jiwa mereka. Kajian ini merupakan kajian literatur (review) yang mengumpul dan membincangkan hasil-hasil penyelidikan sedia ada berkaitan remaja, media sosial dan kesan psikologi. Kajian mendapati bahawa terdapat bukti yang kukuh bahawa penggunaan media sosial dalam kalangan remaja boleh mempunyai kesan negatif terhadap kesihatan mental terutamanya apabila penggunaan tersebut bersifat bermasalah, berlebihan, atau melibatkan interaksi seperti buli siber. Kebimbangan dan kemurungan yang lebih tinggi dikaitkan dengan penggunaan media sosial yang tidak terkawal atau penggunaan yang menimbulkan tekanan perbandingan sosial. Kajian ini menggesa agar para penyelidik, pendidik dan pembuat dasar mempertimbangkan strategi seperti literasi digital, pengawalan waktu skrin, dan pengenalpastian penggunaan media sosial yang bermasalah dalam kalangan remaja.

Individu mengalami kemurungan dan kualiti hidup yang rendah kerana sering membandingkan diri mereka dengan apa yang dilihat di media sosial. Redovic et al. (2017) menerangkan bahawa media sosial memberi kesan yang negatif kepada kesihatan mental di dalam kajian kualitatif yang mereka jalankan. Kajian yang dijalankan ialah sebuah kajian fenomenologi untuk mendokumentasikan media sosial dengan menemubual 23 Informan yang didiagnosis dengan kemurungan. Dapatan kajian juga menunjukkan bahawa individu sering membandingkan diri mereka dengan apa yang mereka lihat di media sosial dan perkara ini membawa kepada kemurungan dan kepuasan hidup yang rendah.

Tahap kemurungan dan kebimbangan yang tinggi adalah akibat daripada penggunaan media sosial yang berletikan pada waktu malam. Woods dan Scott (2016) mengkaji tentang bagaimana media sosial ini berkait dengan kualiti tidur, harga diri, kebimbangan dan kemurungan dalam kalangan 467 remaja di Scotland. Hasil kajian mendapati, remaja yang menggunakan media sosial terlalu kerap pada waktu malam adalah mereka yang mengalami

kuali tidur yang rendah dan tahap kebimbangan serta kemurungan yang tinggi. Penemuan ini juga menyumbang kepada bukti berkaitan kesejahteraan dalam kalangan remaja yang merupakan pengguna aktif media sosial.

Peningkatan penggunaan telefon pintar meningkatkan masalah kemurungan dalam kalangan belia. Uehara et al. (2018) melaporkan bahawa masalah kemurungan menjadi penyebab ketiga tertinggi yang membawa kepada masalah penyakit mental dalam kalangan remaja. Maka pelajar universiti harus menyesuaikan diri terhadap sebarang perubahan bagi menyiapkan diri untuk alam pekerjaan yang lebih mencabar.

Dalam dekad yang lalu, peningkatan tekanan mental dan rawatan untuk keadaan kesihatan mental dalam kalangan belia di Amerika Utara telah menyamai peningkatan mendadak dalam penggunaan telefon pintar dan media sosial oleh kanak-kanak dan remaja. Di Ontario, perkadaran remaja yang melaporkan tekanan mental yang sederhana hingga serius meningkat daripada 24% pada 2013, kepada 34% pada 2015 dan kepada 39% pada 2017, dengan peningkatan selari dalam penggunaan perkhidmatan kesihatan. Kemasukan ke hospital bagi kanak-kanak dan remaja atas sebab kesihatan mental meningkat dengan ketara di seluruh Kanada antara 2007 dan 2014, manakala kemasukan untuk keadaan perubatan lain dalam kumpulan umur ini menurun sebanyak 14%. Antara 2009 dan 2014, kemasukan ke hospital untuk kecederaan diri yang disengajakan meningkat sebanyak 110% pada kanak-kanak perempuan Kanada. Bunuh diri kini merupakan punca kedua utama kematian bagi belia Kanada.

Twitter memudahkan pengesanan kemurungan dan masalah kesihatan mental melalui perbincangan dan ciapan. Guntuku et al. (2017) mendapati bahawa kemurungan dan gejala kesihatan mental amatlah mudah untuk dikesan dalam ruang media sosial berdasarkan perbincangan dalam forum, ramalan berdasarkan status kesihatan mental yang disayaytiharkan sendiri dalam ciapan Twitter dan ramalan berdasarkan kata kunci kesihatan mental dalam ciapan Twitter. Aktiviti mencaci, menghina, memfitnah dan juga merendah-rendahkan orang

lain sudah menjadi perkara biasa di media sosial sehingga ianya bertukar menjadi gejala buli siber yang sedikit sebanyak menyumbang kepada gangguan kesihatan mental terutama sekali dalam kalangan belia. Maka, wujudnya keperluan untuk mengkaji gejala ini dalam kalangan belia di media sosial untuk mengenalpasti impak interaksi itu sendiri terutamnya di laman Facebook.

McKenzi (2019) menjalankan kajian tentang kesan penggunaan media sosial terhadap kesihatan mental pelajar. Antara fokus utama kajian tersebut adalah untuk melihat hubungan di antara jangka masa penggunaan media sosial dan kesihatan mental pelajar maka secara terperinci McKenzi ingin melihat hubungan di antara kekerapan penggunaan media sosial dan persepsi isu kesihatan mental dalam kalangan pelajar dari segi kemurungan, kebimbangan dan isu membunuh diri. Kaedah kuantitatif telah dilakukan dalam proses pengumpulan data menggunakan *Statistical Analysis software (JASP)*, *Campus Labs Baseline* dan *University Research Statistical Training and Technical Support Team (RSTATS).* JASP adalah perisian statistik yang digunakan untuk melakukan analisis data dengan cara yang mudah dan efisien. Dalam kajian McKenzie, JASP digunakan untuk melakukan analisis statistik seperti:

- **Analisis Korelasi**: Melihat hubungan antara jangka masa penggunaan media sosial dengan tahap kesihatan mental pelajar, terutama dalam aspek kemurungan, kebimbangan, dan kecenderungan membunuh diri.
- **Regresi Linier**: Mengkaji hubungan antara kekerapan penggunaan media sosial dan persepsi pelajar terhadap kesihatan mental mereka.
- **Analisis Deskriptif**: Menyusun statistik asas seperti purata, sisihan piawai, dan taburan data yang memberi gambaran umum mengenai data yang dikumpulkan.

Secara keseluruhan, McKenzie menggunakan perisian ini untuk memudahkan dan mempercepatkan proses analisis data kuantitatif, serta memastikan ketepatan dan kebolehpercayaan dalam mengkaji hubungan antara penggunaan media sosial dan kesihatan mental pelajar. Dengan menggunakan kaedah kuantitatif dan perisian statistik ini, McKenzie

dapat memberikan gambaran yang lebih jelas dan objektif mengenai kesan media sosial terhadap kesihatan mental pelajar. Terdapat batasan yang wujud dalam kajian ini apabila McKenzi hanya menggunakan kaedah kuantitatif semata-mata. Beliau juga menyatakan bahawa terdapat had ataupun batas dalam keputusan yang diterima secara mendalam dan kajian akan datang harus memasukkan prosedur kualitatif untuk melihat hubungan media sosial dan kesihatan mental secara terperinci melalui temu bual secara mendalam bersama responden.

2.1.3 Penggunaan Media Sosial dan Pengurusan Emosi

Pengurusan emosi remaja mempengaruhi pola penggunaan media sosial dan kesejahteraan psikologi, di mana remaja yang mengatur emosi dengan lebih baik akan menggunakan media sosial secara positif manakala remaja yang tidak mengatur emosi dengan lebih baik terlibat dengan penggunaan media sosial yang tidak sihat. Kajian hubungan antara penggunaan media sosial dalam kalangan remaja dan pengaruh regulasi emosi terhadap kesejahteraan pengguna yang dijalankan oleh Burnell et al. (2022) menekankan bagaimana cara remaja mengatur emosi, dapat mempengaruhi pola penggunaan media sosial dan kesan psikologi yang dihasilkan. Metod yang digunakan adalah kaedah longitudinal dengan mengumpul data daripada remaja mengenai penggunaan media sosial mereka serta cara mereka mengatur emosi dalam satu tempoh yang ditetapkan. Dapatan kajian menunjukkan bahawa remaja lebih mahir dalam pengurusan emosi cenderung menggunakan media sosial dengan cara yang lebih positif, seperti interaksi yang sihat dan sokongan sosial. Sebaliknya, remaja yang mengalami kesukaran dalam mengatur emosi mereka lebih mungkin terlibat dalam penggunaan media sosial yang tidak sihat, termasuk tingkah laku seperti perbandingan sosial yang negatif dan pengalaman kesepian. Penyelidik mencadangkan agar program pendidikan yang menumpukan pada pengembangan kemahiran regulasi emosi boleh membantu remaja menggunakan media sosial dengan lebih baik.

Sahala dan Simon (2025) mengkaji sejauh mana penggunaan media sosial berkait

dengan tahap regulasi emosi dan harga diri, serta melihat sama ada penggunaan media sosial boleh meramalkan regulasi emosi atau harga diri. Analisis Korelasi Pearson untuk hubungan antara pemboleh ubah dan regresi linear untuk menilai impak penggunaan media sosial terhadap regulasi emosi dan self-esteem telah dijalankan kepada 170 responden di India. Hasil kajian menunjukkan penggunaan media sosial dan harga diri mempunyai korelasi positif iaitu semakin tinggi penggunaan media sosial, semakin tinggi skor harga diri dalam sampel ini. Kajian ini menunjukkan bahawa dalam konteks dewasa muda India tersebut, penggunaan media sosial mungkin digunakan sebagai alat yang berkait dengan regulasi emosi yang lebih baik atau persepsi diri yang lebih tinggi atau sekurang-kurangnya dalam konteks mereka.

Menggunakan media sosial secara aktif dikaitkan dengan peningkatan kesejahteraan mental, manakala penggunaan pasif boleh menyebabkan kesunyian dan kemurungan. Verduyn et al. (2020) yang mengkaji tentang kesan berbeza pengguna aktif berbanding pasif dalam media sosial terhadap kesiahatan mental dan kajian ini menunjukkan bahawa penggunaan aktif laman sosial secara amnya dikaitkan dengan hasil kesihatan mental yang positif, seperti peningkatan hubungan sosial dan sokongan emosi. Sebaliknya, penggunaan pasif boleh membawa kepada kesan negatif terhadap kesihatan mental, termasuk perasaan kesepian dan kemurungan. Kajian ini menekankan pentingnya cara individu terlibat dengan media sosial, berbanding hanya jumlah masa yang dihabiskan dalam talian. Penulisan mengesyorkan agar pengguna lebih aktif dalam penggunaan rangkaian media sosial untuk meningkatkan kesejahteraan mental. Pereka aplikasi juga boleh mempertimbangkan ciri-ciri yang boleh menggalakkan interaksi positif dalam kalangan pengguna untuk mengurangkan kesan buruk kepada penglibatan pasif.

Fikret dan Beyza (2025) mengkaji hubungan antara rasa kesunyian dan kebimbangan akan terlepas sesuatu *'Fear of Missing Out' (FoMO*) terhadap ketagihan media sosial. Statistik deskriptif dan Model Persamaan Struktur *(Structural Equation Modeling – SEM)* digunakan untuk menguji hubungan langsung dan tidak langsung di antara pemboleh ubah. Hasil kajian

menyatakan bahawa kesunyian mempunyai hubungan positif dengan FoMO, remaja yang melaporkan tahap kesunyian yang lebih tinggi cenderung mempunyai tahap FoMO yang lebih tinggi. Intervensi yang menfokuskan kepada kemahiran regulasi emosi, dan pengurangan penggunaan media sosial yang bermasalah boleh membantu mengurangkan FoMO dalam kalangan remaja yang merasa sunyi.

2.1.4 Media Sosial sebagai Sumber Sokongan Sosial

Kesan positif seperti sokongan sosial dapat meningkatkan kesihatan mental apabila individu berkongsi kesukaran hidup di platform Facebook, namun kesan negatif pula bergantung kepada interaksi pengguna dengan kandungan tersebut. Koehler dan Parrell (2020) ada menyatakan bahawa dapatan kualitatif yang dilakukan untuk kajian mereka mendapati bahawa terdapat kesan negatif dan positif terhadap kesihatan mental pengguna terhadap penggunaan media sosial. Contoh kesan positif penggunaan media sosial ialah peningkatan sokongan sosial dalam perhubungan yang terjalin di alam siber. Di mana, pengguna lain turut memberi respon yang positif terhadap sesuatu ciptaan kandungan oleh mereka yang menghidapi kesihatan mental. Seseorang yang mengemaskini status di laman Facebook tentang kesukaran dalam kehidupan yang dirasai boleh membawa kepada sokongan sosial yang dirasakan sekaligus dapat meningkatkan kesihatan mental. Dalam dapatan kajian mereka juga ada mengatakan bahawa sosial media, khususnya Facebook boleh memberi manfaat untuk meningkatkan kesihatan mental.

Fan et al. (2025) kajian ini menyelidik hubungan timbal balik *(reciprocal relationship)* antara kelakuan posting media sosial remaja dan sokongan sosial yang mereka rasai dari rakan sebaya khususnya rakan rapat dan rakan sekelas dalam tempoh dua tahun. Kajian longitudinal telah dijalankan selama 2 tahun kepada 142 remaja dari latar belakang sosial ekonomi rendah di Amerika Syarikat. Hasil kajian mendapati remaja dengan harga diri yang lebih rendah menunjukkan hubungan yang lebih kuat antara sokongan rakan rapat dan

posting media sosial, bermakna mereka lebih banyak posting apabila mendapat sokongan, manakala remaja dengan harga diri tinggi kurang terkesan oleh sokongan itu dalam mempengaruhi posting. Kajian ini menunjukkan bahawa rakan rapat mempunyai dinamika yang berbeza dengan rakan sekelas dalam konteks bagaimana posting media sosial dan sokongan sosial berkait. Individu dengan harga diri rendah mungkin menggunakan media sosial dan posting sebagai satu mekanisme untuk mendapatkan atau mengekalkan sokongan sosial, manakala mereka yang mempunyai harga diri tinggi mungkin kurang bergantung kepada posting untuk mendapatkan sokongan.

Penggunaan kata-kata emosi dalam mesej Twitter meningkatkan penyebaran mesej sebanyak 20% dengan sokongan sosial yang lebih kuat. Brady et al. (2022) mengkaji tentang bagaimana emosi seperti perasaan moral ataupun kemarahan boleh memperngaruhi penyebaran kandungan dalam rangkaian sosial. hasil kajian mendapati bahawa penggunaan kata-kata emosi moral meningkatkan penyebaran mesej mahupun info sebanyak 20%.

Penyebaran info juga lebih efektif dalam kalangan pengguna yang berkongsi rangkaian yang sama. Kajian ini menggunakan analisis kandungan terhadap mesej Twitter yang menggunakan hashtag *#stupidcancer* dalam tempoh dua tahun. Fokusnya adalah untuk mengkategorikan sokongan sosial berdasarkan jenis maklumat atau emosi dan arah sokongan (ekspresi atau penerimaan). Kajian ini juga menilai bagaimana platform Twitter membolehkan pengguna berkongsi mesej dengan seluruh rangkaian mereka, bukan hanya dalam kalangan komuniti kanser. Hasil kajian menunjukkan bahawa aplikasi Twitter menyediakan ruang untuk pelbagai jenis sokongan sosial, termasuk ekspresi emosi yang memainkan peranan penting dalam komunikasi dan tangkah laku manusia. Aplikasi Twitter juga mempunyai potensi untuk memperluas akses sokongan sosial dengan menjangkau pengguna di luar komuniti kanser. Hasil penyelidikan ini juga dapat membantu untuk membina asas konseptual dan emperikal bagi kajian akan datang tentang kesan pelbagai jenis sokongan dalam komuniti dalam talian terbuka.

2.1.5 Media Sosial Mempengaruhi Nilai Sosial

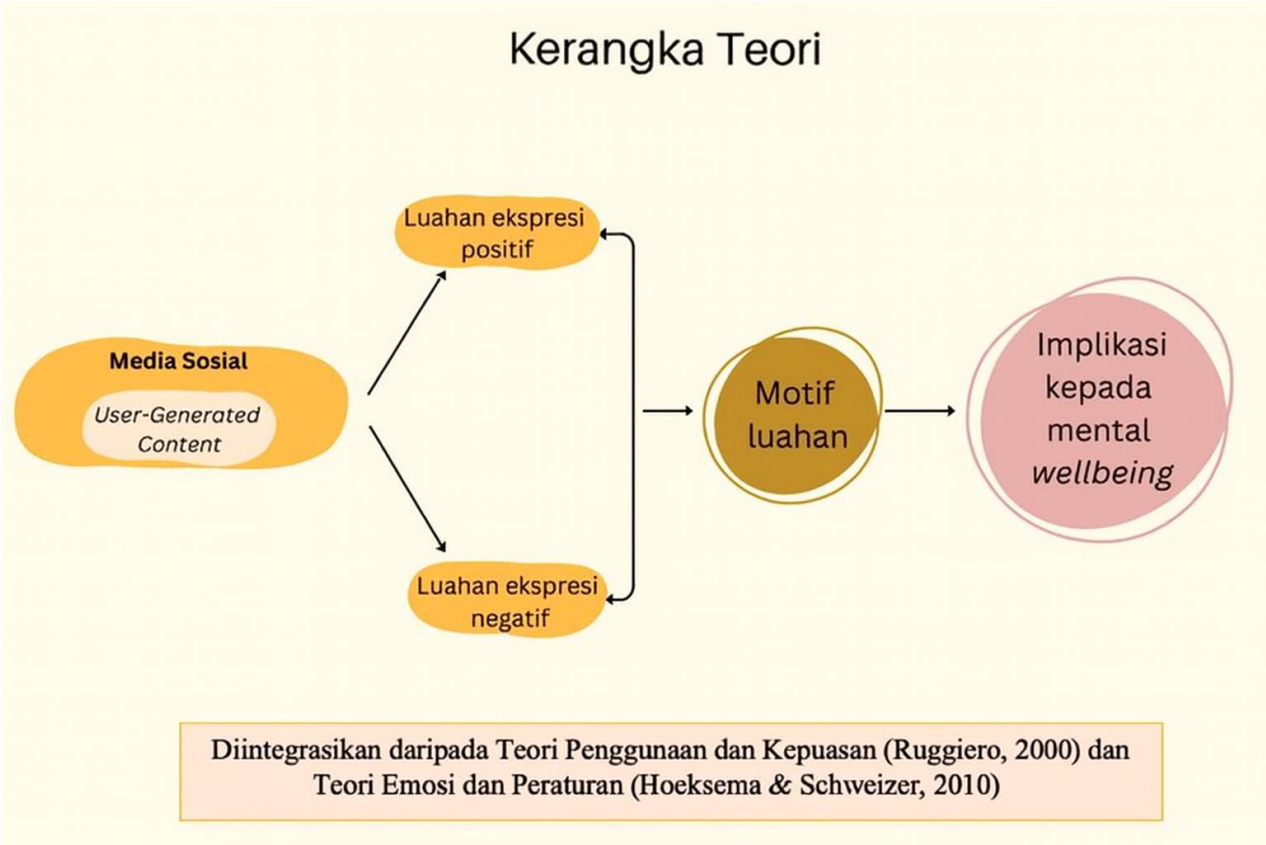
Media massa memainkan peranan penting dalam membentuk persepsi belia melalui imej yang dipertontonkan dalam iklan-iklan , sehingga mempengaruhi pemikiran mereka untuk melihat kehidupan tersebut adalah kehidupan yang ideal yang perlu diikuti. Cyril dan Abdul Karim (2020) menyatakan dalam kajian mereka mengenai Representasi Belia Dalam Media Massa menerangkan bahawa media massa sangat memainkan peranan yang penting dalam perkembangan industri-industri berkaitan dengan belia. Dalam kajian ini juga menceritakan di mana belia dijadikan sebagai imej produk dalam iklan komersial televisyen dan iklan majalah. Kaedah kuantitatif telah diguna pakai dalam kajian ini, dan hasil kajian menyatakan bahawa imej yang dilihat mampu membentuk representasi kehidupan belia dan akhirnya memberi kesan terhadap golongan belia kerana menganggap kehidupan yang dilihat dalam majalah dan iklan komersial tersebut adalah sebuah kehidupan yang harus dijalani oleh mereka.

Facebook digunakan sebagai alat untuk mencapai matlamat materialisik dan memperoleh kepuasan diri. Ozimek et al. (2017) menyatakan dalam kajiannya bahawa terdapat hubungan antara materialisme dan penggunaan media. Penggunaan Facebook telah dikaitkan secara positif dengan materialisme dan merupakan salah satu motif aktiviti di laman Facebook. Pengguna Facebook yang bersifat materialistik cenderung untuk membandingkan kehidupannya dengan kehidupan pengguna lain di Facebook dari segi harta dan perilaku serta memperalatkan rakan Facebook untuk kepuasan sendiri. Dengan erti kata lain, Facebook adalah sebuah medium yang digunakan sebagai ‘harta’ jenis digital ataupun sebagai cara yang membolehkan pengguna mengejar matlamat materialistik. keputusan ini adalah kongruen dengan penemuan terdahulu menunjukkan bahawa materialistik menggunakan rakan mereka untuk mencapai matlamat agar pengguna lain melihat mereka lebih dan sentiasa sempurna.

Facebook merupakan medium untuk mendapatkan maklumat dan mempengaruhi tingkah laku penglibatan secara dalam talian. Warren et al. (2016) turut melibatkan seramai

1,899 golongan belia di Malaysia dan Indosenia dalam mengkaji tingkah laku penglibatan sivik *(civic engagement)* di laman Facebook. Kajian ini mendapati bahawa golongan belia di ke dua-dua buah negara menggunakan Facebook sebagai sumber maklumat dan jangkaan hasil daripada aktiviti berkaitan dengan komuniti adalah faktor yang mempengaruhi tingkah laku penglibatan sivik mereka dalam Facebook. Kajian ini juga mendapati golongan belia menggunakan Facebook untuk membentuk tingkah laku penglibatan sivik secara fizikal ke alam maya.

2.2 Teori



Rajah 1.0: Kerangka teori Diintegrasikan daripada Teori Penggunaan dan Kepuasan (Ruggiero, 2000) dan Teori Emosi dan Peraturan (Nolen-Hoeksema dan Schweizer, 2010)

Rajah 1.0 memaparkan bagaimana pengguna media sosial sebagai pembuat kandungan *(Kandungan yang dijana pengguna)* meluahkan emosi melalui konten yang dihasilkan, samaada dalam bentuk luahahan positif mahupun negatif dan bagaimana motif di sebalik

luahan tersebut dapat mempengaruhi kesejahteraan mental penulisan kandungan. Kerangka teori bagi kajian ini diintegrasikan daripada teori Penggunaan dan Kepuasan (Ruggiero, 2000 dan Teori Emosi dan Peraturan (Nolen-Hoeksema dan Schweizer, 2010), yang mana kedua dua teori ini dapat menjadi landasan untuk memahami motif dan implikasi ekspresi emosi menerusi media sosial. Objektif pertama kajian ini adalah untuk mengenal pasti ekspresi emosi positif mahupun negatif yang dipertontonkan oleh pengguna media sosial dan menerusi Teori Penggunaan dan Kepuasan (Ruggiero, 2000) menyatakan bahawa pengguna media sosial memilih platform media sosial berdasarkan kepuasan sosial yang diinginkan termasuklah dalam meluahkan emosi. Dalam konteks ini, jenis-jenis media sosial memberikan ruang bagi pengguna untuk meluahkan rasa perasaan mereka samaada secara luahan positif seperti kegembiraan dan aprisiasi, manakala luahan negatif seperti kemarahan dan kekecewaan secara terbuka dan mudah (Ruggiero, 2000; Whiting dan Williams, 2013). Seterusnya, objektif kajian yang kedua iaitu meneroka motif luahan emosi pengguna dalam media sosial yang mana Teori Emosi dan Peraturan (Nolen-Hoeksema dan Schweizer, 2010) menjelaskan bahawa individu sering mengatur atau mengelola keadaan emosi mereka untuk mencapai tujuan tertentu. Dalam media sosial, ekspresi emosi ini selalunya berkait rapat dengan motif tertentu seperti mencari sokongan sosial, validasi sosial atau melepaskan tekanan yang dirasakan. Dengan itu, kajian ini ingin melihat motif yang cenderung ketika pengguna media sosial meluahkan emosi dengan cara menulis mahupun berkongsi ciptaan kandungan. Manakala, objektif ketiga kajian iaitu menganalisis implikasi yang mungkin terjadi ketika luahan emosi terhadap kesejahteraan mental pengguna. Ekspresi emosi, baik positif mahupun negatif, membawa implikasi terhadap kesejahteraan mental. Penggunaan Teori Emosi dan Peraturan menunjukkan bahawa ekspresi emosi yang tepat dan konstruktif dapat menyokong kesejahteraan mental, manakala emosi negatif yang diabaikan akan memberikan impak negatif terhadap kesihatan mental (Gross dan John, 2003; Aldao et al., 2010). Sebagai contoh, luahan mengenai apresiasi atau rasa bahagia di media sosial dapat meningkatkan perasaan bahagia, manakala luahan negatif dapat berfungsi

sebagai coping *mechanism* untuk jangka masa panjang, namun luahan negatif yang berletikan akan memberi impak buruk terhadap kesejateraan mental. Kerangka teori ini menunjukkan bagaimana media sosial dapat menjadi medium untuk pengguna menguruskan emosi. Dengan mengintegrasikan dua teori ini, dapat membantu untuk memahami motif disebalik ekspresi emosi dan bagaimana ekspresi tersebut berkait dengan kesejahteraan mental.

BAB 3

KAJIAN METODOLOGI

3.0 Pendahuluan

Bab ini menghuraikan lebih lanjut mengenai kaedah yang digunakan untuk kajian ini. Kajian ini menggunakan kaedah kualitatif dimana penyelidik akan menggunakan kaedah temu bual mendalam *(in-depth interview)* untuk mendapatkan maklumat berkenaan kajian ini dengan lebih mendalam dan terperinci. Bab ini juga akan menceritakan garis panduan kaedah yang akan digunakan dalam kajian ini untuk mendapatkan maklumat serta bagaimana Informan dipilih sebagai sampel kajian. Kaedah kajian yang dipilih juga akan dinyatakan sebab dan penjelasan dalam bab ini. Selain itu, bab ini juga akan menghuraikan tentang Informan, analisis data serta isu-isu etika yang perlu diikuti semasa mengendalikan kajian ini.

3.1 Reka Bentuk Kajian

Kajian ini menggunakan kaedah kualitatif dalam mengenalpasti luahan emosi pengguna, meneroka motif luahan emosi dan menganalisis implikasi luahan terhadap kesejahteraan mental pengguna. Penyelidikan kualitatif ialah sejenis penyelidikan sosiologi mengumpul data yang tidak terlibat dengan data numerik (Van Maanen, 1983). Penyelidikan kualitatif juga berbeza dengan penyelidikan kuantitatf di mana, kaedah kualitatif ini berbentuk temu bual, pemerhatian dan analisis dokumen (Jasmi, 2012). Sebagai contoh, dalam kajian media dan komunikasi, kaedah kualitatif digunakan untuk menganalisis kandungan media, mentafsir penerimaan khalayak, dan mengkaji kesan proses komunikasi terhadap masyarakat (Hamzah, 2004) Kaedah ini memberi tumpuan kepada sampel yang kecil tetapi mendalam untuk memberikan pemahaman yang terperinci, menawarkan pendekatan interpretatif (pandangan subjektif atau melalui pengalaman individu) berbanding statistik (Hamzah, 2004; Azizah, 2022). Dengan itu, kajian ini menggunakan kaedah temu bual mendalam berkaitan ekspresi

emosi, motif luahan serta implikasi luahan emosi menerusi media sosial.

3.2 Instrumen Kajian

Kajian ini telah menggunakan kaedah temu bual mendalam *(in-depth interview)* yang merupakan instrumen yang penting untuk kajian ini. Soalan temu bual mendalam direka dengan sebahagiannya diadaptasi daripada kajian lepas. akan terbahagi kepada tiga bahagian iaitu bahagian A,B dan C seperti berikut:

Jadual 1: Soalan Temu Bual Mendalam Bahagian A Berkenaan Latar Belakang informan.

Bil.	Soalan bahagian A	Sumber adaptasi soalan
1.	Boleh anda perkenalkan diri terlebih dahulu?	Pengenalan
2.	Boleh anda beritahu jenis media sosial yang kerap anda gunakan? Seberapa kerap anda gunakan?	Pembuka soalan sesuai objektif kajian
3.	Adakah anda pernah membuat hantaran secara bertulis, gambar atau video dalam media sosial untuk meluahkan perasaan anda?	Preece dan Ghozati (2018)
4.	Pernahkan anda membuat konten positif atau negatif dalam media sosial? Kenapa?	Fox & Moreland (2015)
5.	Pernahkah anda terjumpa konten yang negatif tentang rakan yang anda kenal di media sosial?	Fox & Moreland (2015)
6.	Apakah jenis konten yang sering anda lihat dalam media sosial?	Casale & Fioravanti (2018)
7.	Apakah perasaan anda apabila melihat hantaran rakan lain dalam media sosial?	O'reilly et al. (2018)
8.	Pernahkah anda meninggalkan komen negatif dalam hantaran orang lain di media sosial? Kenapa?	Fox & Moreland (2015)

Jadual 2: Soalan Temu Bual Mendalam Bahagian B Berkenaan Luahan Emosi.

Bil.	Soalan bahagian B	Sumber adaptasi soalan
1.	Adakah anda kerap meluah perasaan di media sosial? Seberapa kerap anda meluahkan rasa di media sosial?	Chegeni et al. (2021)
2.	Apakah jenis aplikasi yang digunakan untuk meluah dan kenapa aplikasi tersebut digunakan berbanding aplikasi lain?	Brailovskaia et al. (2020)
3.	Adakah anda berasa puas setelah meluah perasaan (expression of emotion) di media sosial? Kenapa?	Settanni & Marengo (2015)

4.	Apakah yang anda harapkan setelah meluah di media sosial?	Ruggiero (2000) Perspektif teori Kegunaan dan Kepuasan.
5.	Adakah aplikasi yang digunakan untuk meluah ini sangat penting untuk anda?	Chegeni et al. (2021)

Jadual 3: Soalan Temu Bual Mendalam Bahagian C Berkenaan Kesan Penggunaan Media Sosial.

Bil.	Soalan bahagian C	Sumber adaptasi soalan
1.	Pernahkah anda menerima komen negatif melalui hantaran atau perkongsian gambar/video di media sosial? Apakah perasaan anda?	Tham et al. (2022)
2.	Apa pendapat anda terhadap pengguna media sosial yang sering membuat komen negatif?	Lestari & Ardi (2021)
3.	Adakah anda pernah terfikir bahawa anda sedang ketagih dengan media sosial? Kenapa ya, kenapa tidak?	Hormes J. M. (2021)
4.	Pada pendapat anda, adakah media sosial ini boleh mempengaruhi penggunanya dari segi positif dan negatif?	O'reilly et al. (2018)
5.	Pernahkan anda ingin melakukan sesuatu yang kurang baik asbab media sosial? Seperti ingin memarah orang, ingin memukul atau anda ingin menyendiri?	Salmela-Aro et al. (2017) Chegeni et al. (2021)
6.	Adakah anda rasa anda terlalu bergantung dengan media sosial? Dari segi apa?	Chegeni et al. (2021)

Apa-apa yang dikeluarkan/cerita oleh informan ketika di temu bual adalah sangat penting bagi kajian ini. Jenis soalan yang akan disoal juga adalah soalan jenis terbuka dan penyelidik juga memberi masa dan ruang untuk Informan menjawab soalan. Penyelidik akan merakam perbualan temu bual dan data temu bual tersebut akan ditranskrip serta dianalisis mengikut tema jawapan Informan.

3.3 Populasi Dan Pensampelan

Menurut Bidin dan Sharipah (2002), populasi merujuk kepada keseluruhan subjek dan bukan hanya manusia sahaja, ia merangkumi keseluruhan subjek kajian. Kajian ini

merangkumi 10 orang Informan belia yang sedang bekerja mahupun yang masih belajar. Menurut Jasmi (2012), pengkajian kualitatif tidak ada had dalam bentuk jumlah dan bentuk informan secara pasti dan Informan juga dipilih secara sengaja mengikut kesesuaian objektif kajian.

Dalam kajian ini, pengkaji telah memilih Informan melalui kaedah pensampelan *'snowball'* yang mana penyelidik memilih golongan belia yang berumur antara 18 hingga 40 tahun yang sudah bekerja mahupun masih belajar. Dalam *snowball sampling*, penyelidik bermula dengan seorang Informan (benih) dan kemudian Informan ini merekomendasi orang lain yang memenuhi kriteria penyelidikan, seterusnya memperluas sampel secara berterusan. Kaedah ini sangat berkesan dalam konteks penyelidikan kualitatif yang melibatkan kumpulan sasaran yang sangat spesifik atau tersembunyi (Biernacki dan Waldorf, 1981; Atkinson dan Flint, 2001). Sesuai dengan kajian ini, Informan yang dipilih adalah berdasarkan rekomendasi daripada Informan sebelumnya yang memenuhi kriteria kajian iaitu seoarang belia Malaysia yang berumur 18 hingga 40 tahun dan mempunyai aplikasi media sosial dan kerap menggunakannya untuk tujuan luahan emosi.

3.4 Pemilihan Sampel/Informan

Seramai 9 orang informan adalah perempuan dan seorang informan lelaki. Pemilihan informan adalah berdasarkan teknik persampelan *Snowball*. Informan yang di temu bual adalah hasil rekomendasi daripada informan lain. Maka dengan itu, jumlah informan perempuan dan lelaki tidak sama. Rekomendasi yang diterima juga adalah mengikut keperluan kajian iaitu belia yang berumur 15 hingga 40 tahun yang aktif menggunakan media sosial sebagai medium luahan emosi.

3.5 Proses Pengumpulan Data

Sebelum proses pengumpulan data dijalankan, satu ujian rintis terhadap seorang indorman yang aktif menggunakan media sosial telah di temu bual bagi menguji soalan temu bual kajian. Temu bual mendalam ini mengambil masa lebih kurang 40 minit sehingga 50 minit bagi setiap Informan. Jawapan yang diberikan oleh Informan juga tidak dipengaruhi oleh mana-mana pihak.

Sebelum temu bual dimulai para Informan akan diberikan surat kebenaran setuju untuk menjawab soal selidik ini terlebih dahulu sebelum memulakan sebarang pertanyaan. Segala maklumat tentang Informan juga akan dirahsiakan dan hanya penyelidik dan pihak yang terlibat sahaja yang boleh mengakses kepada maklumat tersebut. Proses pengumpulan data ini akan berjalan selama dua bulan bermula pada Mei 2023 hingga Julai 2023. Segala perbualan selama proses temu bual dijalankan adalah dirakam untuk tujuan transkripsi. Setelah kesemua transkripsi selesai dilakukan, penyelidik menganalisis hasil transkripsi berkenaan dan menghasilkan dapatan untuk memenuhi objektif kajian yang akan dibincangkan di dalam Bab 5 nanti. Transkripsi yang disediakan pada bahagian lampiran tesis ini hanyalah jawapan informan yang menjawab kepada objektif dan perosoalan kajian sahaja.

3.6 Proses Analisis Data

Analisis tematik akan digunapakai di dalam kajian ini untuk menganalisis data yang diterima daripada Informan ketika temu bual mendalam dijalankan. Penyelidik telah mengekod data berdasarkan tema respon yang diberikan oleh Informan. Data transkrip ini juga akan dikodkan mengikut tema seperti frekuensi (sering berlaku atau jarang berlaku), kesamaan (adakah perkara yang sama berlaku kepada Informan lain), turutan (berlaku mengikut turutan), perbezaan (setiap Informan berbeza pandangan dan pengalaman) dan kesepadanan (perkara berlaku berhubung dengan aktiviti lain). Berdasarkan kod-kod ini penyelidik akan menghuraikan secara jelas dan terperinci tentang dapatan kajian yang ditemui.

3.7 Etika

Sepanjang kajian dijalankan, penyelidik telah mengikuti cara yang beretika dan tidak mendatangkan sebarang kerugian kepada Informan dalam apa-apa cara sekalipun. Hal ini termasuk menjaga kerahsiaan segala maklumat kesemua Informan daripada diketahui oleh orang lain. Hal ini kerana segala informasi yang diberikan oleh Informan adalah untuk tujuan akademik sahaja. Selain itu, nama Informan tidak akan dinyatakan didalam kajian, pengkaji akan menukar nama Informan kepada Informan 1 sehingga Informan 9.

Proses ini dijalankan memenuhi norma-norma etika. Menurut Stake (2005: 459) "kajian kes sering terdedah kepada perkara-perkara yang melibatkan kepentingan awam tetapi mana-mana pihak sekalipun tidak ada hak sama ada hak awam dan ilmiah perlu mengetahuinya". Oleh itu, semua data yang diperolehi didokumentasikan dan disimpan rapi oleh penyelidik supaya maklumat tersebut menjadi kegunaan kajian sahaja. Sebelum temu bual mendalam dijalankan, pengkaji terlebih dahulu memohon kebenaran untuk menjalankan kajian lapangan daripada pihak Jawatankuasa Etika Kajian Penyelidikan UNIMAS. Setelah mendapat kebenaran, proses pencarian Informan akan dimulai dan proses temu bual akan dijadualkan mengikut kelapangan masa Informan dan penyelidik.

Sebelum memulai temu bual, Informan akan dimaklumkan mengenai tujuan kajian ini dan beberapa info yang berkaitan dengan kajian ini. Bagi mendapatkan hasil keputusan yang lebih tepat, kejujuran daripada pihak Informan amatlah diperlukan. Oleh itu, tujuan kajian ini diterangkan dahulu supaya para Informan memahami keadaan itu dan bersedia untuk terlibat sama didalam kajian ini. Rakaman audio dan gambar yang diambil akan mendapat persetujuan daripada pemberi maklumat.

Penyelidik juga telah mengambil kira sebarang kebarangkalian daripada semua aspek demi menjaga maklumat peribadi Informan. Penyelidik juga tidak akan memaksa Informan untuk di temu bual sekiranya Informan tidak bersetuju untuk penyelidik membuat rakaman audio mahupun mengambil gambar ketika temu bual dijalankan.

3.8 Kesimpulan

Secara keseluruhannya, bab ini bertujuan untuk memberikan penjelasan tentang reka bentuk dan kaedah kajian yang digunakan didalam kajian ini secara terperinci. Menerusi bab ini, penyelidik telah menjelaskan mengapa kaedah kualitatif digunakan. Di samping itu, penyelidik turut menerangkan kaedah penyelidikan kualitatif, instrumen kajian, populasi penyelidikan, teknik pensampelan penyelidikan, pengumpulan data dan etika. Kaedah kajian penting untuk memastikan penyelidik mendapat maklumat yang diperlukan untuk mencapai matlamat dan tujuan kajian diadakan.

BAB 4 DAPATAN KAJIAN

4.0 Pendahuluan

Bab ini akan membincangkan dapatan kajian yang diperolehi daripada temubual mendalam yang telah dijalankan kepada 10 orang Informan. Kesemua dapatan dan analisis kajian akan dibincangkan di dalam bab ini. Termasuklah, demografi informan, jenis ekspresi yang sering dipertontonkan di media sosial, motif luahan emosi pengguna dan implikasinya terhadap kesihatan mental pengguna. Dalam bab ini juga, platform Twitter akan dirujuk dengan nama terbaharunya, iaitu X, selaras dengan perubahan rasmi yang telah dilaksanakan oleh pemilik aplikasi tersebut.

4.1 Demografi Informan

Jadual 4.1: Demografi Informan

Informan	Umur	Jenis Media Sosial	Bandar/Luar Bandar
Informan 1	27	• Twitter • Instagram • Tiktok	Bandar
Informan 2	27	• Twitter • Instagram	Bandar
Informan 3	26	• Twitter • Instagram • Tiktok	Bandar
Informan 4	29	• WhatsApp	Luar Bandar
Informan 5	30	• WhatsApp • Instagram	Bandar
Informan 6	24	• Instagram	Bandar
Informan 7	26	• Instagram • Twitter	Bandar
Informan 8	24	• WhatsApp	Luar Bandar
Informan 9	28	• WhatsApp	Bandar
Informan 10	30	• WhatsApp	Bandar

Seramai 10 orang Informan telah ditemu bual untuk mengungkap persoalan dan juga objektif kajian ini. Seramai 9 orang Informan adalah perempuan dan seorang lelaki. Kadar umur Informan bermula daripada 24 tahun sehingga 30 tahun iaitu masih dalam kadar umur belia Malaysia. Informan ini telah dipilih berdasarkan teknik *Snowball sampling* yang mana setiap Informan adalah hasil rekomendasi Informan lain berdasarkan keaktifan penggunaan media sosial untuk luahan emosi dan memenuhi kriteria kajian. Kebenaran untuk menjalankan temu bual mendalam juga telah diperolehi daripada Informan melalui borang pengakuan yang telah diberikan sebelum sesi temu bual dijalankan. Berdasarkan Jadual 4.1 seramai 10 orang Informan telah ditemu bual secara mendalam selama lebih kurang 40 minit sehingga 50 minit bagi setiap sesi. Aplikasi yang digunakan juga berbeza bagi setiap Informan mengikut kesesuaian jenis konten dan keselesaan Informan ketika menggunakannya sebagai medium luahan emosi. Perkara-perkara ini akan dibincangkan secara lanjut dalam sub topik 4.2, 4.3, 4.4 dan 4.6 di bawah.

4.2 Jenis media sosial yang digunakan:

Bahagian ini akan menerangkan jenis media sosial yang aktif digunakan oleh belia dan keaktifan luahan menggunakan media sosial tersebut seharian.

- **Perkongsian perasaan**

Kajian mendapati bahawa golongan belia sangat aktif dan kerap meluah di media sosial tidak mengira masa. Apa sahaja yang terlintas difikiran akan diluahkan di media sosial pilihan terutamanya jika berasa marah, benci, sedih dan sebagainya. Bukan sahaja luahan berbaur negatif, namun jika berasa bahagia juga turut diluahkan di media sosial.

Penggunaan media sosial yang terlalu kerap menjadikan Twitter sebagai medium utama untuk meluahkan emosi, sama ada positif atau negatif. Hal ini kerana aplikasi lain dirasakan kurang sesuai untuk mengekspresikan perasaan dengan jujur. Selain itu, bilangan rakan di Twitter juga tidak ramai dan penulis mempunyai kawalan

untuk memilih siapa yang boleh melihat ciapan yang dikongsi. Rakan-rakan di Twitter juga tidak membincangkan perkara yang diluahkan selagi topik tersebut tidak dibawa secara langsung dalam perbualan, seolah-olah wujud kefahaman bersama dalam kalangan mereka. - **Informan 1**

Informan 1 menggunakan aplikasi Twitter secara kerap begitu juga dengan Informan 2 yang menggunakan aplikasi Twitter sebagai aplikasi yang paling kerap digunakan untuk meluahkan emosi. Informan 1 juga menganggap bahawa aplikasi Twitter lebih sesuai digunakan untuk mengekspresikan emosi berbanding aplikasi lain. Sama seperti Informan 2 yang menyatakan bahawa kenalan di Twitter tidak akan menghakimi jenis luahan yang di ekspresikan di Twitter. Tidak kira dari segi emosi positif mahupun emosi negatif.

Saya banyak meluangkan masa di Twitter dan sering membuat ciapan tanpa perlu berfikir panjang terlebih dahulu. Hampir semua perkara tentang diri saya diluahkan di platform tersebut, sama ada ketika gembira, sedih, kecewa mahupun marah. Hal ini kerana kumpulan rakan atau pengikut yang saya miliki di Twitter dianggap sebagai safe circle, iaitu ruang selamat untuk meluahkan perasaan. Mereka tidak menghakimi setiap perkongsian yang dibuat, justeru saya berasa bebas untuk mengekspresikan diri di platform tersebut. - **Informan 2**

Informan 2 menggunakan aplikasi Twitter secara kerap untuk meluahkan ekspresi emosi dan berasa selamat jika meluah di aplikasi tersebut, berbeza dengan Informan 4 yang menggunakan aplikasi WhatsApp lebih kerap berbanding aplikasi media sosial yang lain. Hal ini kerana, Informan 4 berasa lebih mudah untuk menggunakan aplikasi WhatsApp kerana berada di kawasan yang kurang jaringan internet.

Saya menghabiskan berjam-jam menggunakan media sosial, terutamanya untuk berhubung dengan pelanggan. Seperti yang dapat diperhatikan, status WhatsApp saya sering dikemas kini dalam bentuk berterusan seperti bebenang. Saya lebih memilih WhatsApp kerana platform ini lebih bersifat peribadi, di mana pengguna

boleh menetapkan siapa yang dapat melihat perkongsian mereka. Berbeza dengan Instagram yang lebih terbuka kepada umum, WhatsApp memberikan lebih kawalan terhadap privasi. Selain itu, penggunaan data di WhatsApp lebih rendah dan capaian lebih mudah, terutama bagi saya yang tinggal di kawasan Felda dengan liputan internet yang agak perlahan. - **Informan 4**

Informan 4 menggunakan dengan kerap aplikasi WhatsApp sebagai medium interaksi kerana beranggapan aplikasi tersebut lebih privasi berbanding aplikasi media sosial yang lain, berbeza pula dengan Informan 5 yang menggunakan aplikasi Instagram sebagai aplikasi harian dan kerap digunakan kerana berasa tidak selesa jika menggunakan aplikasi lain untuk memuat naik hal peribadi.

Saya lebih aktif menggunakan Instagram dan hampir setiap hari saya akan membuka aplikasi tersebut. Saya tidak merasakan keperluan untuk mengemas kini kehidupan peribadi di media sosial lain, sebaliknya saya lebih cenderung untuk berkongsi di Instagram. Hal ini kerana rakan-rakan yang terdapat dalam akaun Instagram saya ialah rakan semasa di universiti (UNIMAS), bukan rakan lama. Saya lebih selesa apabila hanya rakan-rakan semasa yang mengetahui perkembangan hidup saya, termasuk tentang pekerjaan dan aktiviti harian, berbanding membiarkan kenalan lama mengikuti hal tersebut. - **Informan 5**

Informan 5 kerap menggunakan aplikasi Instagram kerana kenalan terdiri daripada kenalan baharu. Manakala, Informan 6 pula menggunakan instagram namun menyembunyikan identiti sebenar.

Saya sering menulis tentang perkara yang menimbulkan rasa tidak puas hati melalui Instagram, namun hal tersebut dikongsikan menggunakan akaun palsu yang saya wujudkan khusus untuk tujuan tersebut. - **Informan 6**

Informan 6 menggunakan aplikasi Instagram secara kerap untuk mengekspresikan emosi dengan menyembunyikan identiti asal, berbeza dengan Informan 7 yang lebih memilih untuk menggunakan aplikasi Twitter secara kerap. Namun, tujuan utama penggunaan media sosial tersebut masih sama iaitu untuk mengekspresikan emosi di media sosial.

Saya sangat kerap menggunakan Twitter, di mana hampir semua perkara yang saya rasakan atau fikirkan sama ada marah, sedih mahupun gembira saya kongsikan melalui ciapan. - ***Informan 7***

Informan 6 menggunakan aplikasi Instagram untuk meluahkan emosi, berbeza dengan Informan 8 yang lebih selesa menggunakan aplikasi WhatsApp secara kerap untuk mengekspresikan segala emosi.

Saya sangat kerap menggunakan WhatsApp, terutamanya melalui kemas kini status. Hampir setiap perkara yang saya rasakan atau fikirkan akan saya kongsikan dalam bentuk status di platform tersebut. - **Informan 8**

Informan 8 dan Informan 9 lebih kerap meluahkan emosi dalam aplikasi WhatsApp. Informan 9 juga menyatakan bahawa kenalan di aplikasi WhatsApp berbeza dengan aplikasi lain.

WhatsApp merupakan platform yang paling kerap digunakan untuk berkongsi pelbagai perkara. Berbanding media sosial lain yang jarang digunakan, hal ini kerana kelompok rakan (circle) di Instagram tidak sama dengan yang terdapat di WhatsApp. Melalui WhatsApp, status yang dimuat naik dapat dilihat oleh pelbagai pihak seperti pelanggan, ahli keluarga, dan rakan-rakan. - **Informan 9**

- **Keadaan emosi**

Berbeza dengan Informan yang lain, Informan 3 pula hanya akan menggunakan media sosial untuk meluah sekiranya berasa marah.

Penggunaan Twitter untuk meluahkan perasaan bergantung kepada keadaan emosi semasa. Sebagai contoh, apabila berasa marah, saya cenderung untuk menulis dan memuat naik ciapan sebagai medium luahan emosi. Namun, sekiranya tidak berasa marah, saya tidak akan membuat sebarang perkongsian. Kebiasaannya, saya akan menulis ciapan pada waktu malam sebelum tidur sebagai satu bentuk penutup hari, dan amalan ini dilakukan hampir setiap hari. Akaun Twitter yang digunakan juga bersifat peribadi, diikuti hanya oleh rakan-rakan rapat.- **Informan 3**

Kesimpulannya, kesemua Informan kerap menggunakan media sosial sebagai tempat luahan emosi kecuali Informan 3 yang hanya akan meluah di media sosial bergantung kepada keadaan semasa. Media sosial yang sering digunakan adalah aplikasi Twitter atau nama barunya adalah X. Seterusnya aplikasi WhatsApp dan yang terakhir adalah Instagram. Informan berpendapat bahawa jenis aplikasi ini mempengaruhi cara untuk mengekspresikan emosi. Informan 1, 2, 3 dan 7 memilih aplikasi Twitter sebagai medium untuk meluahkan emosi samaada emosi positif mahupun emosi negatif. Hal ini kerana, keempat-empat Informan ini berpendapat bahawa kenalan dalam aplikasi Twitter ini adalah golongan yang boleh dipercayai atau dalam erti kata lain ialah *safe circle*. Seterusnya, Informan 4, 8, 9 kerap menggunakan aplikasi WhatsApp sebagai medium untuk meluahkan emosi. Informan memilih aplikasi WhatsApp kerana ciri-cirinya yang boleh menetapkan jumlah dan nama kenalan yang boleh melihat luahan Informan. Informan berpendapat bahawa aplikasi WhatsApp mempunyai ciri-ciri privasi berbanding aplikasi lain. Manakala Informan 5 dan Informan 6 lebih suka untuk menggunakan aplikasi Instagram untuk mengekspresikan emosi dalam media sosial. Namun begitu, Informan 5 berpendapat bahawa tidak ada keperluan untuknya mempertontonkan kehidupan di dalam media sosial lain. Informan

6 mendaftar akaun palsu Instagram untuk mengekspresikan emosi tanpa diketahui oleh sesiapa. Maka dengan itu, tiga aplikasi media sosial iaitu Twitter, WhatsApp dan Instagram adalah aplikasi yang kerap digunakan untuk mengekspresikan luahan emosi di media sosial dalam kalangan belia.

4.3 Ekspresi emosi

Di dalam bahagian ini, beberapa soalan telah dipilih untuk disoal kepada Informan bagi melihat jenis-jenis emosi yang sering diekspresikan oleh belia menerusi luahan media sosial.

Meluahkan perasaan melalui hantaran secara bertulis, gambar atau video.

- **Hantaran berbentuk tulisan**

Kajian ini mendapati bahawa golongan belia sememangnya meluahkan perasaan dalam media sosial melalui hantaran secara bertulis. Belia juga memilih jenis aplikasi untuk meluahkan perasaan mengikut kesesuaian aplikasi dan keselesaan pengguna. Aplikasi Twitter dan WhatsApp sering digunapakai dalam menulis hantaran dalam media sosial.

Saya sangat aktif meluahkan perasaan di Twitter. Segala emosi seperti benci, marah, atau rasa tidak suka akan dikongsikan melalui ciapan di platform tersebut. Malah, perasaan minat terhadap seseorang juga kadangkala diluahkan di Twitter. Berbeza dengan memuat naik gambar yang tidak semestinya menggambarkan emosi sebenar, ciapan yang ditulis lebih jelas menunjukkan keadaan emosi yang sedang dialami pada waktu itu. - **Informan 1**

Informan 1 meluah perasaan secara aktif dalam aplikasi Twitter dengan cara menulis hantaran. Bermacam jenis emosi diluahkan dengan cara menulis ciapan tidak kira sedang marah, tidak suka mahupun tersuka seseorang. Begitu juga dengan Informan 2 yang menyatakan, suka menulis segala hal peribadi dalam laman aplikasi Twitter.

Saya lebih gemar menulis di Twitter dengan berkongsi pelbagai perkara mengenai diri saya. Manakala di Instagram, saya hanya memuat naik gambar tetapi tidak terlalu kerap. - **Informan 2**

Informan 2 suka menulis hantaran pasal diri dalam aplikasi Twitter manakala memuat naik hantaran berbentuk gambar dalam aplikasi Instagram. Informan menghantar dua jenis hantaran berbeza kerana ciri-ciri ataupun budaya yang diterapkan oleh pengguna dalam aplikasi Twitter dan Instagram yang sedikit berbeza. Begitu juga dengan Informan 3 yang menggunakan aplikasi Twitter sebagai medium untuk meluahkan perasaan melalui hantaran jenis bertulis.

Saya lebih cenderung untuk menulis, khususnya melalui ciapan di Twitter. Hal ini kerana dalam aplikasi media sosial lain, saya tidak menzahirkan emosi sebenar. Sebaliknya, di Twitter saya bebas untuk menulis dan berkongsi apa sahaja yang berlaku serta apa yang saya rasakan setiap hari. -***Informan 3***

Informan 3 menyatakan hanya menggunakan media sosial Twitter untuk meluahkan emosi namun tidak menggunakan media sosial lain sebagai medium untuk meluahkan emosi dan perasaan. Berbeza pula dengan Informan 4 yang menggunakan aplikasi WhatsApp sebagai tempat untuk meluah berbanding aplikasi Twitter yang digunakan oleh Informan 1,2 dan 3.

Saya lebih selesa membuat hantaran berbentuk tulisan di WhatsApp kerana platform ini mempunyai tahap privasi yang lebih tinggi dan tidak terlalu terbuka. Hal ini demikian kerana hanya kenalan yang nombornya disimpan sahaja dapat melihat status yang dimuat naik. - **Informan 4**

Informan 4 memilih aplikasi WhatsApp sebagai medium luahan dengan cara menulis hantaran kerana ciri-ciri WhatsApp yang lebih bebas daripada perhatian umum. Kerana hanya kenalan

yang diinginkan sahaja dapat melihat hantaran yang ditulis. Informan 6 juga meluahkan rasa dengan menulis hantaran secara tulisan dalam aplikasi yang aktif digunakan iaitu aplikasi Instagram.

Saya lebih cenderung untuk membuat hantaran berbentuk tulisan kerana cara ini lebih memudahkan saya mengekspresikan perasaan berbanding melalui gambar atau video. - ***Informan 6***

Informan 6 menyatakan bahawa dengan menulis hantaran secara tulisan, lebih mudah untuk mengekspresikan perasaan berbanding dengan memuat naik gambar mahupun video. Informan 7 juga bersetuju bahawa dengan cara menulis hantaran lebih mudah untuk difahami. Oleh kerana itu, Informan 7 memilih untuk menulis hantaran bagi meluahkan rasa.

Saya lebih memilih untuk menulis kerana cara ini lebih mudah dan membolehkan individu yang ditujukan mesej tersebut memahaminya dengan jelas. - ***Informan 7***

Informan 7 memilih jenis hantaran secara bertulis agar mudah difahami oleh pembaca lain. Begitu juga dengan Informan 9 yang memilih untuk menghantar hantaran secara bertulis ketika meluahkan rasa emosi dalam aplikasi WhatsApp. Kerana beranggapan bahawa pengguna aplikasi WhatsApp tidak akan membaca kapsyen yang ditulis ketika memuat naik hantaran secara bergambar.

Saya lebih memilih untuk menulis di WhatsApp kerana jika memuat naik gambar dengan kapsyen yang panjang, belum tentu orang akan membacanya. - **Informan 9**

- **Hantaran berbentuk gambar**

Kajian ini mendapati bahawa terdapat Informan yang memilih memuat naik hantaran bergambar ketika meluahkan emosi dalam media sosial terutamanya media sosial Instagram.

Kebiasaannya, saya membuat hantaran berbentuk gambar yang disertakan dengan kapsyen. Namun, saya hanya memuat naik perkara yang positif dan menggembirakan kerana tidak mahu dinilai secara negatif oleh orang lain. Sekiranya terdapat perkara yang ingin saya protes atau nyatakan ketidakpuasan hati, saya tetap akan membuat hantaran tetapi dengan cara yang lebih halus dan tidak secara langsung. Hantaran seperti ini biasanya saya lakukan di WhatsApp sahaja kerana platform tersebut lebih bersifat peribadi. - **Informan 5**

Informan 5 lebih selesa meluahkan perasaan dalam bentuk hantaran bergambar dalam aplikasi Instagram kerasa hanya memilih emosi positif untuk diluahkan secara aktif. Namun, menggunakan aplikasi WhatsApp untuk meluahkan emosi negatif dengan memuat naik hantran jenis tulisan.

Jenis emosi yang diluahkan.

- **Emosi positif (kegembiraan)**

Kajian mendapati bahawa terdapat Informan yang meluahkan emosi positif seperti kegembiraan menerusi media sosial sebagai tanda ekspresi emosi.

Di Instagram, saya tidak menzahirkan emosi marah atau sedih. Hal ini kerana kelompok rakan (circle) di Instagram lebih berorientasikan kepada suasana yang positif dan estetik. Oleh itu, saya turut menyesuaikan diri dengan suasana tersebut dan mengelakkan daripada memuat

naik hantaran yang bersifat negatif agar tidak menimbulkan tanggapan yang berbeza dalam kalangan pengikut saya. - **Informan 3**

Informan 3 menjelaskan bahawa akan hanya menunjukkan atau memuat naik kandungan berbaur positif di akaun sosial media Instagram. Hal ini kerana, golongan dan kelompok rakan dalam aplikasi Instagram itu lebih kepada suasana positif.

Di Instagram, saya hanya memuat naik hantaran berkaitan perkara yang menggembirakan sahaja. Saya memilih untuk tidak berkongsi emosi lain kerana tidak mahu dinilai secara negatif oleh orang lain - **Informan 5**

Begitu juga dengan Informan 5 yang menyatakan bahawa tidak mahu rakan maya yang mengkritik tentang kandungan negatif. Maka dengan itu, Informan 5 hanya akan menulis atau memuat naik gambar yang berbentuk kegembiraan sahaja.

- **Emosi negatif (Marah, sedih, geram, tidak puas hati dan benci)**

Namun begitu, kajian juga mendapati bahawa Informan akan meluahkan segala emosi negatif menerusi media sosial. Namun, menggunakan jenis aplikasi yang berbeza.

Saya sangat kerap meluahkan perasaan di Twitter. Segala rasa benci, marah, atau ketidakpuasan hati akan saya luahkan di platform tersebut. - ***Informan 1***

Informan 1 memberitahu bahawa akan meluahkan segala emosi berbaur negatif melalui media sosial Twitter.

Saya gemar menulis di Twitter, di mana hampir segala perkara tentang diri saya akan dikongsi melalui platform tersebut. - **Informan 2**

Begitu juga dengan Informan 2 yang menggunakan aplikasi Twitter untuk meluahkan segara rasa.

Saya tidak menzahirkan emosi sebenar saya di aplikasi media sosial lain. Namun, di

Twitter saya lebih cenderung untuk menulis (tweet) tentang apa sahaja yang berlaku dan apa yang saya rasakan setiap hari. - ***Informan 3***

Sama juga dengan Informan 1 dan 2, Informan 3 menjelaskan bahawa aktif meluahkan emosi di dalam aplikasi Twitter.

Saya sering memuat naik hantaran mengenai perasaan saya setiap hari melalui status WhatsApp. Hal ini kerana WhatsApp dianggap lebih peribadi, dan memudahkan saya meluahkan emosi terhadap individu tertentu melalui status. -

Informan 4

Informan 4 juga memberikan pernyataan sama bahawa akan meluahkan tentang tidak suka seseorang menerusi aplikasi WhatsApp.

Saya sering meluahkan rasa marah melalui Instagram, namun kebiasaannya saya menggunakan akaun palsu untuk tujuan tersebut. - ***Informan 6***

Informan 6 emnyatakan, aplikasi Instagram (akaun palsu) sebagai medium untuk meluahkan rasa.

Saya biasanya meluahkan segala perkara melalui Twitter sahaja kerana platform tersebut merupakan satu-satunya tempat yang saya rasa selesa untuk mengekspresikan ketidakpuasan hati terhadap sesiapa. - ***Informan 7***

Informan 7 juga tidak terkecuali untuk meluahkan segala emosi negatif seperti ketidak puasan hati menerusi media sosial Twitter sama dengan Informan 1, 2 dan 3.

Saya sememangnya kerap memuat naik hantaran di WhatsApp setiap hari. Ia sudah menjadi rutin untuk saya berkongsi pelbagai perkara termasuk perasaan marah mahupun hal berkaitan perniagaan melalui status WhatsApp. - ***Informan 9***

Informan 9 menyatakan memang meluahkan emosi marah menerusi aplikasi Whastapp.

Bagi saya, WhatsApp merupakan medium utama untuk meluahkan perasaan kerana kelompok kenalan yang berada dalam aplikasi ini lebih kecil dan terhad. ***- Informan 10***

Begitu juga dengan Informan 10 meluahkan emosi negatif melalui aplikasi WhatsApp.

Kesimpulannya, belia lebih suka meluahkan emosi dalam media sosial dengan memuat naik hantaran berbentuk tulisan. Bukan sahaja hantaran bertulis, hantaran jenis bergambar juga digunakan sebagai objek untuk meluahkan perasaan tetapi hanya Informan 5 yang berpendapat sedemikian. Informan 1, 2 dan 3 menggunakan aplikasi Twitter untuk meluahkan emosi. Seterusnya, Informan 4, 5, 7 dan 9 menggunakan aplikasi WhatsApp sebagai medium media sosial bagi meluahkan perasaan dan emosi. Manakala, Informan 6 menggunakan aplikasi Instagram sebagai media sosial untuk meluahkan emosi dan perasaan sehari-hari. Media sosial berbeza dipilih oleh Informan adalah berdasarkan keselesaan penggunaan dan ciri-ciri ataupun budaya media sosial itu sendiri. Sebagai contoh, Informan 1, 2 dan 3 memilih media sosial Twitter dengan ciri bebenang *(thread)* yang lebih sesuai untuk meluah secara bertulis dan Informan juga menyatakan bahawa media sosial Twitter adalah laman sosial yang paling selesa untuk dijadikan medium luahan emosi memandangkan ciri-ciri ataupun budaya Twitter itu sendiri lebih kepada tulisan dan bukannya hantaran gambar mahupun video, walaupun hantaran jenis bergambar dan video boleh dimuat naik dalam aplikasi tersebut. Seterusnya, media sosial WhatsApp yang dipilih oleh Informan 4, 5, 7 dan 9 sebagai medium luahan emosi seharian. Aplikasi WhatsApp dipilih kerana Informan berpendapat bahawa aplikasi WhatsApp adalah aplikasi tertutup yang hanya boleh dilihat oleh kenalan yang saling menyimpan nombor telefon sesame sendiri.

Ciri-cirinya yang lebih tertutup menjadikan Informan lebih selesa untuk menggunakannya sebagai medium yang boleh mengekspresikan emosi tidak mengira masa dan

tempat. Informan juga berpendapat bahawa luahan secara bertulis lebih mudah difahami oleh pengguna lain dan lebih mudah untuk penulisan mengekspresikan diri berbanding dengan memuat naik gambar dan video yang boleh mencetuskan pelbagai persepsi dan kemungkinan mesej yang ingin disampaikan tidak sama seperti mesej secara bertulis. Informan 5 bukan sahaja menggunakan media sosial WhatsApp sebagai medium luahan emosi secara bertulis, namun media sosial Instagram secara bergambar dan hanya akan memuat naik gambar kebahagiaan sahaja dalam laman sosial Instagram. Ini kerana, budaya media sosial Instagram yang lebih kepada gelombang positif berbanding negatif menurut Informan yang menggunakan Instagram. Dengan ini, belia mengekspresikan diri dan emosi dalam media sosial yang terpilih bergantung dengan keselesaan, ciri-ciri dan budaya media sosial yang digunakan.

Motif konten yang dimuat naik dalam media sosial.

- **Rutin untuk meluahkan emosi**

Kajian mendapati bahawa motif konten yang dimuat naik oleh pengguna adalah berbeza mengikut jenis media sosial dan antara motif memuat naik konten adalah untuk meluahkan emosi harian melalui hantaran agar lebih lega.

Bagi saya, kandungan yang dikongsi bergantung kepada aplikasi media sosial yang digunakan. Sebagai contoh, di Twitter saya lebih cenderung untuk memuat naik hantaran berkaitan emosi kerana platform tersebut mencerminkan diri saya pada ketika itu. Segala perasaan sama ada marah atau gembira biasanya saya luahkan di sana. Manakala, Facebook pula lebih banyak saya gunakan untuk melihat perkembangan orang lain memandangkan ia memudahkan pencarian maklumat seperti lokasi, tempat tinggal, dan latar belakang masa lalu seseorang. **- Informan 1**

Informan 1 dan Informan 2 menggunakan media sosial Twitter untuk memuat naik hantaran ynag

berunsur luahan emosi harian iaitu dengan menggambarkan emosi melalui perkataan. Namun begitu, Informan 1 juga menggunakan media sosial Facebook walaupun hanya sekadar ingin mengintai pengguna lain

Bagi saya, Twitter merupakan medium yang paling menggambarkan diri saya sama ada ketika gembira, sedih atau marah. Saya sering memuat naik hantaran dan meluangkan banyak masa di platform tersebut. Saya tidak menapis kandungan yang dikongsi, sebaliknya menulis apa sahaja yang ingin diluahkan kerana kelompok rakan di Twitter merupakan kelompok yang saya rasakan selamat untuk berkongsi. - **Informan 2**

Informan 2 juga selesa untuk menyatakan segala hal tentang diri dan ekpresi emosi dalam aplikasi Twitter yang mana Informan beranggapan bahawa aplikasi Twitter ini adalah tempat selamat untuk mengekspresikan diri tanpa memikirkan hal lain. Begitu juga dengan Informan 3 yang menyatakan bahawa akan meluahkan segara rasa melalui hantaran di Twitter kerana beranggapan tidak ada orang lain yang akan menghakimi ketika memuat naik tulisan berkaitan luahan emosi.

Bagi saya, Twitter merupakan ruang untuk meluahkan perasaan. Saya akan menulis apa sahaja dalam bentuk ciapan tanpa rasa bimbang akan dihakimi oleh orang lain. - ***Informan 3***

Informan 3 memuat naik konten jenis luahan emosi menggunakan aplikasi Twitter. Namun, Informan 4 pula menggunakan aplikasi WhatsApp sebagai medium utama. Motif konten yang disiarkan masih sama iaitu berkisar tentang luahan emosi harian.

Di WhatsApp, saya biasanya menulis apa sahaja dalam bentuk status kerana sudah menjadi kebiasaan untuk berkongsi. Selain itu, memandangkan saya menjalankan perniagaan, memuat naik status juga penting agar orang sentiasa melihat keberadaan saya. **- Informan 4**

Informan 4 beranggapan memuat naik hantaran harian adalah perkara yang perlu demi pemasaran perniagaan disamping meluahkan perasaan harian. Berbeza dengan Informan 5 yang memuat naik hantaran bergambar agar terlihat gembira dan bahagia.

Namun, di Instagram saya hanya memuat naik gambar atau kapsyen yang menampilkan diri seolah-olah bahagia dan gembira- ***Informan 5***

Jenis aplikasi yang digunakan oleh Informan 5 adalah media sosial Instagram dan memuat naik hantaran bermotif kebahagiaan dan kegembiraan sahaja. Berbeza pula dengan Informan 6 yang juga menggunakan media sosial Instagram, namun hantaran yang dimuat naik adalah berunsur emosi negatif yang tidak boleh dikongsikan kepada orang lain dan lebih selesa di ekspresikan melalui Instagram.

Takde medium lain, Instagram menjadi tempat untuk saya meluahkan perasaan secara terus. Namun, saya tidak akan memuat naik perkara negatif di akaun utama (real account). - **Informan 6**

Informan 6 membuat akaun Instagram palsu yang tidak diketahui kenalan hanya untuk mengekspresikan emosi negatif yang tidak akan diekspresikan dalam akaun asli. Informan 7 pula menggunakan media sosial untuk membuat konten berunsurkan luahan harian.

Saya memuat naik pelbagai jenis kandungan di media sosial, hampir pada setiap masa, seolah-olah menjadikannya sebagai diari dalam talian. Jika dahulu catatan peribadi ditulis dalam buku diari, kini segala luahan atau perkongsian dilakukan melalui media sosial, termasuk ucapan ringkas seperti "selamat pagi". - **Informan 7**

Informan 7 menganggap media sosial sebagai diari harian yang akan memuat naik konten luahan hati setiap hati. Begitu juga dengan Informan 8 yang memuat naik konten berunsurkan luahan harian ataupun aktiviti harian.

Saya tidak terlalu memilih tema tertentu untuk dimuat naik. Saya sering berkongsi pelbagai perkara melalui status, sama ada tentang peristiwa yang berlaku, pandangan peribadi, mahupun tip tertentu. Secara ringkasnya, saya memuat naik apa sahaja yang ingin dikongsi. - **Informan 8**

Informan 8 memuat naik konten luahan perasaan harian atau pandangan dalam aplikasi WhatsApp. Sama seperti Informan 9 yang akan memuat naik konten luahan perasaan tanpa berselindung dalam akaun WhatsApp dan berharap agar orang yang ditujukan hantaran tersebut mengetahuinya.

Sekiranya melibatkan emosi, saya juga akan memuat naik hantaran berkaitan. Sebagai contoh, jika berasa marah terhadap pembantu rumah atau klien, saya akan menulis status agar mereka menyedarinya. - **Informan 9**

- **Meluahkan rasa bahagia**

Kajian mendapati bahawa golongan belia suka meluahkan kebahagiaan sebagai konten media sosial kerana budaya aplikasi media sosial tersebut.

Bagi penggunaan Instagram, saya hanya akan memuat naik kandungan yang menggambarkan sisi gembira. Hal ini kerana saya merasakan budaya penggunaan Instagram lebih cenderung kepada perkongsian yang positif dan bahagia. Oleh itu, saya beranggapan bahawa perkongsian kandungan berbentuk negatif mungkin tidak akan diterima dengan baik oleh pengguna lain. - **Informan 1**

Informan 1 hanya membuat konten kegembiraan atau kebahagiaan dalam media sosial Instagram dan berpandangan bahawa budaya dalam media sosial Instagram hanyalah berkisar tentang kebahagiaan dan kegembiraan. Informan 1 juga menyatakan pandangan bahawa pengguna media sosial Instagram tidak suka berkongsi konten negatif. Manakala, Informan 2 yang hanya membuat konten tentang diri yang bertujuan untuk memberitahu rakan media sosial bahawa Informan 2 masih wujud. Informan 2 bersependapat dengan Informan 1 yang mana, pengguna media sosial Instagram hanya akan berkongsi konten positif yang lebih kepada kegembiraan dan kebahagiaan. Konten ini membuatkan Informan berasa asing.

Saya ingin membincangkan mengenai penggunaan Instagram terlebih dahulu. Bagi saya, Instagram bukanlah platform untuk saya berkongsi apa-apa secara mendalam, tetapi lebih kepada medium untuk menunjukkan bahawa saya masih aktif atau wujud. Hal ini kerana di Instagram, saya sering melihat rakan-rakan berkongsi perkara gembira seperti mendapat kenaikan pangkat, berkahwin, atau hamil. Keadaan ini kadangkala terasa terlalu berlebihan bagi saya. Oleh itu, saya memilih untuk tidak berkongsi terlalu banyak mengenai diri sendiri di Instagram. Selain itu, saya juga mempunyai personaliti yang berbeza di setiap media sosial, dan di Instagram saya lebih cenderung untuk hanya menonjolkan sisi gembira, walaupun hakikatnya ia bukan sepenuhnya menggambarkan diri saya yang sebenar. - **Informan 2**

Informan 2 menyatakan bahawa setiap media sosial yang digunakan berbeza jenis konten yang dimuat naik. Dimana, aplikasi Twitter digunakan untuk membuat konten berunsur luahan emosi harian manakala Instagram pula untuk memperingatkan rakan lain agar Informan masih wujud. Dalam erti kata lain digunakan untuk berhubung dengan rakan maya. Manakala, Informan 3 pula memuat naik jenis konten kebahagiaan kerana melihat rakan lain di Instagram juga memuatnaik jenis konten yang sama.

Saya cenderung untuk mengikut corak perkongsian orang lain di media sosial.

Sebagai contoh, apabila ramai pengguna memuat naik kandungan berkaitan kebahagiaan atau aktiviti yang menyeronokkan, saya juga terdorong untuk berkongsi perkara yang sama. Hal ini bergantung kepada kesesuaian aplikasi yang digunakan. Di Instagram, saya lebih gemar memuat naik kandungan yang menunjukkan kegembiraan kerana jarang sekali saya melihat pengguna lain berkongsi perkara yang bersifat negatif. Justeru, saya hanya menonjolkan sisi kebahagiaan seperti menghadiri konsert Black Pink atau ketika melakukan aktiviti melancong. - **Informan 3**

Informan 3 mempertontonkan kebahagiaan sebagai konten utama dalam media sosial Instagram seperti menonton konsert dan berjalan-jalan. Hal ini juga, dipersetujui oleh Informan 5 yang mana sama seperti Informan 1 dan 3 yang hanya memuat naik konten kebahagian dan kegembiraan.

Di Instagram, saya hanya memuat naik gambar bersama keluarga ketika keluar berjalan-jalan atau makan di luar. Kandungan yang dikongsikan juga lebih kepada perkara yang positif dan bersifat kekeluargaan. - **Informan 5**

Informan 5 membuat konten seperti bergambar bersama keluarga dan jalan-jalan. Sama juga dengan Informan 6 memilih untuk tidak memuat naik konten berunsur negatif dalam akaun asli agar tidak membuat pengguna lain kurang senang.

Dalam akaun persendirian saya, saya hanya berkongsi mengenai aspek kehidupan yang tidak mengandungi unsur negatif atau perkara yang boleh menimbulkan rasa kurang selesa kepada orang lain. Kandungan yang dikongsikan lebih kepada aktiviti seperti berjalan-jalan, makan di luar, serta ulasan mengenai makanan dan tempat yang dikunjungi. - **Informan 6**

Secara kesimpulannya, belia cenderung untuk memuat naik jenis konten mengikut keselesaan dan ciri-ciri media sosial itu sendiri. Informan 1, 2, 3, 4 dan 5 memuat naik konten tentang luahan emosi seperti marah, sedih dan kecewa dalam akaun media sosial Twitter dan WhatsApp. Namun, hanya memuat naik jenis konteng kebahagiaan dan kegembiraan dalam akauan media sosial Instagram. Informan berpendapat bahawa, pengguna Instagram lain tidak suka untuk mengekspresikan emosi negatif dalam ruangan Instagram dan hanya akan mempertontonkan kegembiraan dan kebahagian untuk tontonan pengguna lain seperti pergi jalan-jalan, gambar bersama keluarga, pencapaian, kereta baru dan bermacam lagi. Informan 6 pula membuka dua akaun Instagram yang mana satu untuk menghamburkan segala perasaan emosi negatif yang dirasai dan tidak ada kenalan yang mengetahui kewujudan akaun palsu tersebut.. Manakala, akaun satu lagi hanya untuk mempertontonkan kebahagiaan yang terbuka untuk tontonan rakan lain. Informan 7, 8 dan 9 pula tidak membezakan jenis media sosial tetapi menggunakan media sosial yang sama untuk meluahkan rasa positif mahupun negatif yang dialami. Ini kerana, Informan berpendapat bahawa akaun media sosial yang dimiliki adalah milik sendiri dan tidak perlu menerima pandangan orang lain ketika menulis atau berkongsi hantaran.

Respon emosi kepada ciapan kandungan dalam media sosial

- **Cemburu**

Kajian mendapati bahawa terdapat beberapa kesan terhadap emosi hasil daripada melihat konten orang lain dalam media sosial. Cemburu adalah emosi yang paling kerap dirasai apabila beli melihat konten pengguna media sosial lain.

Perasaan yang timbul juga bergantung kepada kandungan yang dikongsikan. Adalah tidak benar jika dikatakan bahawa seseorang tidak pernah berasa cemburu, kerana ada kalanya individu akan membandingkan diri mereka dengan orang lain dan tertanya-tanya mengapa mereka tidak memiliki perkara yang sama. Namun begitu, terdapat juga keadaan di mana individu berasa gembira apabila melihat rakan

mereka bahagia. Oleh itu, reaksi yang ditunjukkan adalah bergantung kepada pola perkongsian yang dibuat oleh pengguna media sosial tersebut. - **Informan 1**

Informan 1 menyatakan cemburu apabila melihat konten rakan lain dan cenderung untuk membandingkan pencapaian diri sendiri dengan orang lain. Namun, Informan 1 tidak menafikan adakalanya bahagia juga melihat rakan lain bahagia. Informan 2 juga bersetuju dengan kenyataan cemburu apabila melihat rakan lain berjalan-jalan dan ingin menjadi seperti mereka. Informan 2 juga tidak menyalahkan rakan lain dan sedar bahawa sifat cemburu itu hadir kerana diri sendiri.

Apabila melihat orang lain memuat naik perkongsian tentang aktiviti seperti melancong, saya berasa cemburu. Perasaan itu timbul kerana saya juga ingin berada dalam keadaan seperti mereka. Namun begitu, saya sedar bahawa hal tersebut bukanlah masalah mereka, sebaliknya datang daripada diri saya sendiri. Ada sesuatu dalam diri saya yang mendorong perasaan bahawa saya juga sepatutnya dapat melakukan perkara yang sama, iaitu melancong seperti mereka. - **Informan 2**

Informan 3 juga bersetuju dengan pernyataan Informan 2 yang mana hadirnya perasaan cemburu apabila melihat rakan lain memuat naik konten yang memaparkan kekayaan atau kejayaan dalam media sosial.

Apabila rakan-rakan memuat naik perkongsian tentang kekayaan atau kejayaan, saya pernah berasa cemburu. Perasaan tersebut kebanyakannya timbul apabila melihat mereka memiliki barangan baharu seperti telefon pintar, melancong ke tempat tertentu, atau mempunyai kereta baharu. - **Informan 3**

Informan 3 menyatakan hadirnya perasaan cemburu setelah melihat content orang lain. Sama juga dengan Informan 4 yang berpendapat akan berasa cemburu apabila melihat kekayaan atau kehebatan rakan lain.

Apabila melihat perkongsian berkaitan kekayaan atau pencapaian seseorang di media sosial, saya pernah berasa cemburu. Namun begitu, perasaan tersebut bukanlah disebabkan oleh sifat dengki, tetapi lebih kepada rasa iri hati semata-mata. **- *Informan 4***

Informan 4 menjelaskan bahawa cemburu melihat kekayaan atau kehebatan orang lain namun tidak merasa dengki. Tidak berbeza dengan Informan 6 yang juga cemburu melihat kehidupan rakan lain yang dirasakan lebih baik daripada kehidupan sendiri.

Adalah tidak jujur sekiranya saya mengatakan tidak pernah berasa cemburu apabila melihat orang lain mempunyai kehidupan yang lebih baik daripada kita. **- Informan 6**

- **Sakit hati**

Kajian mendapati, apabila melihat konten orang lain dalam media sosial akan menimbulkan perasaan sakit hati.

Saya berasa kurang selesa apabila melihat individu yang berulang kali memuat naik hantaran mengenai pasangan mereka atau mempamerkan kebendaan, kerana ia seolah-olah menunjukkan sikap ingin menunjuk-nunjuk. **- Informan 1**

Informan 1 menyatakan akan berasa sakit hati apabila kerap melihat konten yang sama berulang kali daripada pemilik akaun yang sama. Informan juga tidak suka melihat konten yang berunsur kebendaan yang boleh menimbulkan perasaan sakit hati.

- **Menikmati kegembiraan orang lain**

Perasaan tumpang bahagia juga boleh tercetus apabila melihat konten orang lain dalam media sosial.

Namun, ada kalanya saya turut berasa gembira apabila melihat orang lain berjaya dan memperoleh apa yang mereka inginkan. - ***Informan 6***

Informan 6 menyatakan kadangkala berasa gembira apabila melihat konten kejayaan orang lain. Begitu juga dengan Informan 7 yang berasa bahagia selepas melihat konten rakan. Namun, hanya melihat konten kenalan terdekat sahaja perasaan gembira itu hadir. Jika rakan tidak akrab maka jenis perasaan yang dirasakan akan berbeza.

Perasaan ini juga bergantung kepada individu yang dimaksudkan, sekiranya rakan yang rapat, saya turut berkongsi rasa gembira dan tumpang bahagia dengan kejayaan mereka. - ***Informan 7***

Kesimpulannya, belia lebih rasa cemburu apabila melihat keletikan rakan lain dalam media sosial terutamanya apabila rakan lain mempamerkan konten tentang kekayaan dan kejayaan. Belia akan rasa ingin membandingkan diri mereka dengan orang lain jika melihat konten kehidupan yang lebih baik daripada mereka. Informan juga menyatakan bahawa berasa sakit hati apabila melihat konten kebahagiaan berkali-kali dimuat naik oleh orang yang sama seolah-oleh ingin mempamerkan kebahagiannya. Bukan sahaja emosi negatif yang tercetus, Informan 6 dan 7 masing-masing menzahirkan perasaan bahagia apabila melihat ciapan rakan lain. Namun, Informan 7 hanya menzahirkan perasaan bahagia apabila konten kekayaan atau kejayaan itu dimuat naik oleh kenalan rapat. Ini bermakna, belia tidak ingin melihat konten kejayaan dan kebahagian orang lain kerana akan melahirkan emosi negatif untuk diri sendiri iaitu Perasaan cemburu.

Menulis kritikan di media sosial orang lain.

- **Pernah mengkritik**

Kajian mendapati bahawa belia cenderung untuk meninggalkan komen setelah melihat konten pengguna lain menerusi media sosial.

Dahulu, saya kerap memberikan tanda suka pada cerita orang lain dan membalas ciapan di Twitter. Sebagai contoh, terdapat satu kes viral yang melibatkan seorang wanita bertudung yang berpelukan dengan ahli K-pop. Pada ketika itu, saya termasuk antara individu yang aktif memberi komen mengenai isu semasa tersebut kerana saya juga merupakan peminat K-pop. Namun, saya menyatakan pendapat saya secara sederhana, menunjukkan bahawa saya seorang peminat K-pop tetapi tidak sampai melakukan perkara yang memalukan seperti berpelukan itu. - **Informan 1**

Informan 1 pernah meninggalkan komen negatif kerana tidak setuju dengan perbuatan segelintir fanatik Korean POP (k-Pop) Informan 3 juga pernah meninggalkan komen negatif dalam media sosial TikTok.

Ya, saya pernah memberikan komen negatif, tetapi hanya di TikTok kerana akaun saya bersifat peribadi, jadi saya lebih berani. Di aplikasi lain, saya tidak berani berbuat demikian kerana bimbang akan mendapat maklum balas negatif. Hal ini disebabkan kebanyakan pengikut saya di Facebook dan Instagram adalah individu yang saya kenali. - **Informan 3**

Informan 3 meninggalkan komen negatif menggunakan akaun media sosial Tiktok kerana tidak ada kenalan yang mengenalinya di platform tersebut. Sama dengan Informan 6 yang menggunakan akaun media sosial Instagram palsu untuk meninggalkan komen negatif agar tidak diketahui oleh kenalan alam maya.

Ya, saya pernah berbuat demikian kerana saya menggunakan akaun palsu yang tidak diketahui orang lain. Akaun tersebut membolehkan saya meluahkan emosi tanpa perlu memikirkan kesan atau penilaian orang lain. - ***Informan 6***

Informan 6 hanya akan meninggalkan komen negatif apabila menggunakan akaun media sosial palsu. Informan 7 juga pernah meninggalkan komen negatif dalam ciapan orang lain namun tidak selalu melakukannya.

Ya, saya pernah berbuat demikian, walaupun bukan pada setiap masa. Sekiranya saya berasa sangat marah atau kecewa, saya akan menulis komen. - ***Informan 7***

- **Tidak pernah mengkritik**

Kajian mendapati bahawa terdapat belia yang tidak meninggalkan sebarang komen setelah melihat konten orang lain dalam media sosial.

Saya boleh dikategorikan sebagai pembaca senyap. Namun, saya berada di antara golongan yang gemar memberikan komen dan yang tidak. Saya jarang meninggalkan komen kerana kadangkala berasa tidak perlu untuk berdebat dalam talian, memandangkan ia tidak mendatangkan faedah. Selain itu, saya juga tidak suka orang meninggalkan komen di halaman saya, jadi saya berusaha untuk tidak berinteraksi dengan mereka secara negatif. Secara amnya, saya jarang berinteraksi secara negatif dengan orang lain di media sosial kerana saya memahami bagaimana perasaan tersebut jika diterima. - **Informan 2**

Informan 2 merupakan pengguna akaun media sosial senyap yang tidak meninggalkan komen atau reaksi selepas melihat koenten orang lain. Informan 2 juga tidak suka bertindak negatif kepada pengguna lain kerana tidak suka orang lain berbuat demikian kepadanya.

Saya tidak pernah berbuat demikian kerana saya sendiri tidak menyukai apabila orang meninggalkan komen negatif di cerita atau status saya. - **Informan 4**

Informan 4 juga menyatakan hal yang sama iaitu tidak suka meninggalkan komen negatif kerana tidak suka orang lain meninggalkan komen negatif kepada konten sendiri.

Saya tidak pernah berbuat demikian kerana saya ingin mengekalkan suasana positif di media sosial saya. Hal ini bertujuan untuk memastikan ketenangan dan mengelakkan tekanan emosi. - ***Informan 5***

Informan 5 juga tidak pernah meninggalkan komen negatif dan hanya menginginkan keadaan positif di media sosial. Begitu juga dengan Informan 8 yang tidak pernah meninggalkan komen negatif di dalam konten orang lain.

Tak pernah lagi. - ***Informan 8***

Infoman 8, tidak pernah meninggalkan komen negatif pada konten orang lain di media sosial.

Kesimpulannya, Informan 1, 3, 6 dan 7 pernah meninggalkan komen negatif ataupun mengkritik konten rakan maya yang lain. Informan hanya berani mengkritik dalam keadaan tidak ada sesiapa yang tahu identiti mereka dengan cara menggunakan akaun palsu ataupun mengunci profil media sosial. Hal ini kerana, Informan tidak ingin identiti diketahui oleh kenalan lain dan ingin mengekalkan imej baik di media sosial. Namun begitu, terdapat juga Informan yang tidak pernah mengkritik konten orang lain dalam media sosial. Antara sebabnya adalah, Informan tidak suka jika ada rakan maya lain yang mengkritik konten mereka, maka mereka juga tidak akan meninggalkan komen tidak baik pada konten rakan maya yang lain. Selain itu, Informan 5 menegaskan untuk menjaga reputasi ketika menggunakan media sosial adalah antara sebab tidak pernah meninggalkan komen negatif pada ruangan komen pengguna media sosial yang lain.

4.4 Motif luahan emosi dalam media sosial

Ketenangan emosi:

- **Puas/lega**

Kajian mendapati bahawa belia suka berkongsi luahan emosi di media sosial kerana akan berasa puas dan lega setelah selesai meluahkan emosi yang dipendam daripada orang lain. Belia juga tidak suka digambarkan sebagai pembawa aura negatif jika bercerita kepada seseorang ketika marah dan tidak puas hati. Maka, mereka lebih suka untuk menulis di media sosial untuk melepaskan rasa yang dipendam tanpa diketahui indentiti mereka.

Apabila saya meluahkan emosi dalam keadaan marah, saya berasa lega selepas itu. Hal ini kerana ketika marah, saya tidak dapat meluahkan kemarahan secara langsung kepada individu yang terlibat dan perlu menahannya. Oleh itu, menulis ciapan di Twitter menjadi cara untuk melepaskan rasa marah tersebut. - ***Informan 1***

Informan 1 berasa lega setelah meluahkan emosi marah di dalam aplikasi Twitter. Perasaan marah tersebut tidak boleh dilontarkan kepada orang lain menyebabkan Informan 1 bertindak untuk meluahkannya di dalam aplikasi Twitter untuk berasa lega. Begitu juga dengan Informan 2 yang akan berasa puas apabila meluahkan emosi di aplikasi Twitter.

Saya berasa lega selepas menekan butang 'tweet' kerana apa yang ingin saya luahkan sudah tercatat, dan saya tidak terlalu kisah sama ada orang lain membacanya atau tidak. Namun, beberapa ketika kemudian apabila saya membaca semula hantaran tersebut, saya tidak berasa seronok kerana ia menggambarkan keadaan emosi saya lima minit yang lalu. Oleh itu, saya mungkin memadamkan hantaran itu kerana ia tidak lagi mencerminkan diri saya pada ketika itu. Saya juga merasa kurang selesa jika seseorang mengambil tangkapan skrin dan menyebarkannya kerana saya tidak mahu orang lain melihat saya dalam keadaan tersebut. - **Informan 2**

Informan 2 berasa puas setelah meluahkan emosi dalam aplikasi Twitter walaupun selepas lima minit tulisan luahan tersebut akan dipadam kerana tidak ingin kenalan beranggapan negatif. Manakala, Informan 3 menganggap bahawa aplikasi Twitter sebagai sahabat baik seolah-olah mendengar luahan hati dan berasa puas setelah berkongsi luahan emosi.

Saya berasa puas hati kerana dapat meluahkan emosi tanpa perlu menegur atau menimbulkan kemarahan secara langsung kepada individu yang terlibat. Selain itu, saya berasa lega apabila orang lain dapat membaca hantaran tersebut, walaupun mereka tidak mengenali individu yang dimaksudkan secara peribadi. Pengalaman ini membuatkan saya merasakan seolah-olah mempunyai rakan untuk meluahkan perasaan, sehinggakan saya menganggap Twitter sebagai seperti sahabat peribadi. -

Informan 3

Informan 3 merasa puas hati setelah meluah di media sosial kerana beranggapan seperti ada orang lain yang mendengar dan sedar akan masalah yang dihadapi pada ketika itu walaupun kenalan di media sosial tidak tahu secara lebih terperinci masalah yang dihadapi oleh Informan. Informan 4 juga memberi pendapat yang sama iaitu berasa puas hati apabila meluah dan luahan tersebut dibaca oleh kenalan maya.

Saya berasa puas kerana dapat berkongsi apa yang dirasai dengan orang lain dan mengetahui bahawa hantaran saya dibaca oleh mereka. Sebelum ini, saya pernah menyembunyikan tanda bacaan (blue tick) pada status WhatsApp, di mana saya tidak dapat mengetahui siapa yang membaca status saya, dan perkara ini membuatkan saya berasa tidak puas hati. Oleh itu, saya membuat keputusan untuk memaparkan tanda bacaan tersebut supaya dapat mengetahui siapa yang membaca status saya. -

Informan 4

Apabila dapat berkongsi luahan di media sosial ianya adalah satu kepuasan sehinggakan

Informan 4 lebih suka untuk melihat kenalan maya mana yang sedar akan luahan tersebut. Sama seperti Informan 5 yang akan berasa puas apabila menunjukkan kebahagiaan di media sosial meskipun hakikatnya tidak seperti yang dipertontonkan.

Saya agak sukar untuk menentukan perasaan sebenar saya. Di Instagram, saya hanya memuat naik kandungan yang menggambarkan kebahagiaan kerana saya tidak mahu orang menilai saya sekiranya saya berkongsi perkara negatif seperti kemarahan atau kekecewaan. Mungkin saya berasa lega selepas berkongsi kerana orang melihat saya bahagia dan seolah-olah tiada masalah, walaupun hakikatnya keadaan sebenar mungkin berbeza. Perasaan ini juga bergantung kepada situasi tertentu. **- *Informan 5***

Informan 5 hanya akan menunjukkan imej bahagia di media sosial dan tidak akan berkongsi emosi negatif kerana tidak mahu dipandang serong oleh kenalan maya. Sama seperti Informan 6 yang akan meluahkan segala rasa walaupun tahu tidak ada kenalan maya yang akan membaca tulisan tersebut kerana akaun digunakan adalah akaun media media sosial palsu.

Walaupun saya menyedari bahawa mungkin tiada individu yang membaca apa yang saya tulis, namun saya tetap merasakan satu bentuk kepuasan selepas meluahkan segala yang terbuku dalam fikiran melalui penulisan. **- Informan 6**

Informan 6 berasa puas setelah menulis di laman sosial segala perasaan yang terbuku. Sama seperti Informan 7 yang berasa puas berkongsi rasa di media sosial tanpa bercerita kepada kenalan lain dengan hanya meluahkan perasaan di laman sosial.

tindakan meluahkan perasaan melalui media sosial memberikan rasa kepuasan dan kegembiraan kerana dapat mengekspresikan emosi tanpa melibatkan orang lain secara langsung. Tidak perlu bercerita secara bersemuka dengan individu lain kerana melalui penulisan di platform seperti Twitter, beliau tetap merasakan

seolah-olah dirinya didengari. - **Informan 7**

- **Gembira**

Dapatan kajian mendapati bahawa individu akan berasa gembira setelah meluah di media sosial kerana secara tidak langsung rakan-rakan lain akan mengetahui apa yang mereka rasa dan lalui tanpa harus memberitahu secara personal.

Walaupun sukar untuk digambarkan, beliau berasa seronok kerana dapat berkongsi perasaan dengan kenalan yang berada dalam senarai nombor kontaknya. Beliau turut menjelaskan bahawa dirinya cenderung untuk mengemas kini hampir setiap aspek kehidupannya melalui platform tersebut. - **Informan 8**

Informan 8 berasa gembira boleh berkongsi aktiviti harian bersama rakan dalam aplikasi WhatsApp sama seperti Informan 9 yang gembira ketika dapat mengekspresikan emosi dalam bentuk positif dan negatif dalam aplikasi WhatsApp.

Responden menyatakan bahawa beliau berasa gembira apabila dapat berkongsi perasaan di media sosial kerana orang lain dapat mengetahui emosinya tanpa perlu berhubung secara langsung. Beliau gemar memuat naik pelbagai perkara seperti perasaan gembira, marah, aktiviti harian, serta kandungan berkaitan emas memandangkan beliau terlibat dalam perniagaan emas. - **Informan 9**

Kesimpulannya, Informan berasa puas hati dan lega seteleh meluahkan rasa yang terbuku secara bertulis dalam media sosial. Kesemua Informan kecuali Informan 5 menyatakan bahawa aplikasi yang digunakan adalah medium untuk mengekspresikan emosi tanpa melibatkan orang lain secara terus. Manakala, Informan 5 hanya akan memaparkan emosi positif iaitu kebahagiaan di media sosial meskipun hakikatnya tidak sama seperti yang dirasakan di luar media sosial.

Informan juga turut menyatakan bahawa akan berasa puas dan lega apabila kenalan lain melihat kebahagian yang dipamerkan di media sosial. Hal ini kerana, Informan tidak mahu dipandang serong jika memuat naik tulisan yang berbaur emosi negatif seperti marah dan sedih. Begitu juga dengan Informan 6 lebih selesa menggunakan akaun palsu untuk meluahkan emosi agar tidak di pandang serong oleh kenalan lain.

Keinginan selepas meluahkan:

- **Kesihatan minda**

Kajian mendapati belia beranggapan bahawa minda akan terjaga dengan cara meluahkan emosi di media sosial. Segala perasaan atau emosi negatif harus dikeluarkan di media sosial agar tidak meninggalkan kesan negarif terhadap minda individu.

Responden menyatakan bahawa perasaan marah dianggap sebagai emosi negatif yang tidak wajar disimpan terlalu lama kerana boleh menyebabkan tekanan dan gangguan emosi. Oleh itu, beliau memilih untuk meluahkan perasaan tersebut agar minda kekal sihat dan seimbang. - **Informan 1**

Informan 1 meluah emosi di media sosial kerana tidak mahu mempunyai perasaan negatif dalam dirinya. Kerana perasaan negatif itu boleh membuatkan dirinya tekanan dan kemurungan dan hidup ini tidak adil baginya. Oleh itu, Informan 1 meluah emosi di media sosial dengan harapan untuk membuang perasaan negatif itu agar mindanya terjaga dan sihat. Manakala, Informan 6 membuat akaun media sosial palsu untuk meluahkan emosi supaya perasaan negatif itu tidak disimpan oleh dirinya sendiri. Dengan cara ini kesihatan minda Informan 6 dan Informan 1 akan terjaga dan sihat.

Responden menjelaskan bahawa tujuan utama meluahkan perasaan di media sosial hanyalah untuk melepaskan emosi yang terpendam agar tidak disimpan sendiri. Beliau turut menyatakan

bahawa akaun palsu digunakan bagi tujuan tersebut. - **Informan 6**

Informan 6 dan Informan 7 meluahkan emosi mereka di media sosial dengan harapan emosi mereka lebih terkawal dan kesihatan minda mereka akan terjaga.

Responden menyatakan bahawa meluahkan perasaan di media sosial membantu mengawal emosi, kerana menyimpan emosi terlalu lama boleh menyebabkan penderitaan diri. Oleh itu, tindakan meluahkan dianggap sebagai cara untuk melepaskan tekanan secara sihat. - **Informan 7**

- **Untuk mendapat validasi**

Penelitian kajian juga mendapati bahawa golongan belia menginginkan validasi ataupun pengiktirafan daripada pengguna media sosial lain ketika meluahkan emosi di media sosial.

Responden menyatakan bahawa pada awalnya beliau sering mencari pengesahan daripada orang lain selepas memuat naik sesuatu di media sosial. Namun kini, beliau lebih menjadikan media sosial sebagai ruang untuk meluahkan perasaan bagi memperoleh kelegaan dan kepuasan diri. - **Informan 2**

Informan 2 dan Informan 3 meluahkan emosi di media sosial supaya mereka mendapat validasi daripada pengguna media sosial yang lain. Mereka berdua akan merasa gembira dan lega apabila pengguna media sosial yang lain memberikan respon kepada luahan emosi mereka.

Oleh itu, kesihatan minda mereka akan lebih terjaga dan sihat setelah mendapat validasi dan respon daripada pengguna media sosial yang lain mengenai luahan emosi mereka di media sosial.

Responden menjelaskan bahawa beliau berasa gembira apabila menerima sokongan atau persetujuan daripada orang lain terhadap hantaran yang

dikongsikan di media sosial. Tindakan meluahkan perasaan dianggap membantu menjaga kesihatan mental kerana emosi yang disimpan terlalu lama boleh menjadi beban, manakala luahan tersebut memberikan kelegaan dan ketenangan minda. -

Informan 3

Informan 3 dan 4 akan merasa gembira dan puas apabila luahan dan dan hantaran mereka mendapat respon daripada pengguna media sosial yang lain. Informan 4 akan memadam hantaran di media sosial setelah hantaran itu dilihat atau di respon oleh kenalan media sosial yang ingin dituju.

Responden menyatakan bahawa beliau sering memuat naik hantaran yang menggambarkan kebahagiaan atau penampilan diri dengan tujuan untuk menunjukkan keadaan tersebut kepada individu tertentu. Beliau turut mengakui berasa puas apabila individu yang disasarkan telah melihat hantaran tersebut sebelum memadamkannya semula.- **Informan 4**

Informan 4 dan Informan 8 meluah emosi di media sosial adalah untuk menunjukan kepada pengguna media sosial yang lain mengenai kehidupan mereka. Mereka ingin pengguna media sosial yang lain melihat bahawa kehidupan mereka bahagia dan ingin perhatian daripada pengguna media sosial yang lain.

Responden menjelaskan bahawa tujuan memuat naik hantaran di media sosial adalah supaya orang lain dapat melihat dan mengikuti perkembangan kehidupannya. -

Informan 8

Informan 8 dan Informan 9 meluahkan emosi mereka di media sosial dengan harapan pengguna media sosial yang lain mengetahui gaya hidup kehidupan mereka. Oleh itu, pengguna media sosial yang lain tidak memandang rendah kepada mereka.

Responden menyatakan bahawa beliau berharap orang lain tidak memandang rendah terhadap dirinya, dan melalui perkongsian gaya hidup di media sosial, orang ramai dapat menilai diri beliau dengan lebih baik. - **Informan 9**

- **Rasa tenang**

Kajian juga mendapati bahawa individu yang sering meluahkan emosi di media sosial akan berasa tenang selepas melakukannya. Golongan belia juga tidak suka menerima tanggapan negatif di media sosial.

Responden menyatakan bahawa beliau berharap agar orang lain tidak menilai dirinya secara negatif melalui hantaran di media sosial. Oleh itu, beliau hanya berkongsi kandungan yang bersifat positif atau menulis secara tidak langsung apabila berasa marah bagi menjaga ketenangan dan imej diri. - **Informan 5**

Kesimpulannya, aplikasi media sosial digunakan sebagai medium luahan emosi kerana Informan ingin menjaga kesihatan minda, untuk mendapat validasi dan untuk berasa tenang. Informan 1, 6 dan 7 menggunakan media sosial sebagai medium luahan emosi keran tidak ingin menyimpan perasaan marah dan sedih seorang diri. Informan juga berharap kesihatan minda lebih terjaga setelah menulis luahan dalam aplikasi media sosial kerana tidak perlu untuk memendam perasaan yang susah untuk diceritakan terus kepada kenalan. Informan ingin mencegah sebarang penyakit minda seperti tekanan dan kemurungan jika perasaan marah atau sedih tidak dikongsi dengan orang lain. Manakala, Informan 2, 3, 4 dan 9 lebih kepada mengharapkan validasi daripada orang sekeliling. Mereka gembira jika luahan mereka dalam media sosial itu diterima dan dipersetujui oleh orang lain. Berbeza dengan Informan 5 yang menginginkan perasaan yang tenang setelah hantaran dibuat. Informan 5 hanya akan meluahkan atau memaparkan kehidupan yang bahagia

di media sosial agar tidak dipandang serong dan akan berhati-hati ketika menulis luahan. Sekiranya berasa marah, maka Informan 5 akan meluahkan secara tidak terus ataupun secara berbunga agar kenalan lain tidak tahu tentang maksud asal luahan tersebut. Dengan itu, Informan akan berasa tenang setelah berkongsi rasa dalam media sosial instagram.

Manfaat aplikasi yang digunakan:

- **Untuk menjaga kesihatan mental**

Kajian mendapati bahawa media sosial sebagai medium luahan emosi adalah sangat penting bagi pengguna media sosial terutamanya kepada kesihatan mental pengguna. Media sosial bukan sahaja digunakan untuk meluahkan rasa dan emosi malahan digunakan sebagai medium untuk berniaga.

Responden menjelaskan bahawa penggunaan Twitter penting dalam membantunya mengurus emosi kerana platform tersebut membolehkan beliau meluahkan perasaan dengan bebas tanpa perlu menyembunyikan apa-apa, selain dapat mengawal siapa yang boleh melihat hantaran tersebut. - **Informan 1**

Informan 1 dan Informan 2 meluah emosi mereka di *Twitter* kerana mereka boleh meluah secara bebas di aplikasi media sosial ini. Informan 1 akan memilih siapa yang boleh melihat hantaran luahan emosinya agar kesihatan mentalnya terjaga. Manakala, Informan 2 tidak mahu pengguna media sosial yang lain menilai dan memberi respon kepada luahan emosinya di media sosial supaya kesihatan mentalnya terjaga.

Responden menyatakan bahawa beliau cenderung meluahkan segala perasaan di media sosial, termasuk perkara kecil, kerana menganggap platform tersebut sebagai diari dalam talian. Tindakan ini dilakukan bagi mengelakkan penilaian negatif daripada orang lain serta sebagai cara selamat untuk mengekspresikan emosi. -

Informan 2

Informan 2 dan Informan 3 sangat suka menggunakan dan meluah emosi mereka di applikasi *Twitter*. Informan 2 membuat Twitter seperti diari dalam talian dan Informan 3 menganggap Twitter sebagai mekanisme mengatasi masalahnya agar kesihatan mental mereka terjaga.

Responden menyatakan bahawa penggunaan Twitter penting baginya kerana platform tersebut berfungsi sebagai mekanisme daya tindak (coping mechanism) untuk meluahkan perasaan. Beliau merasakan seolah-olah mempunyai teman yang dipercayai serta memperoleh perhatian melalui interaksi di platform tersebut. - **Informan 3**

Informan 3 dan Informan 4 selesa menggunakan media sosial untuk meluahkan emosi mereka untuk menjaga kesihatan mental mereka. Informan 3 merasa dia mempunyai kawan yang dipercayai di Media sosial *Twitter* dan selesa meluah emosi melalui platform tersebut. Manakala Informan 4 selesa menggunakan WhatsApp untuk meluahkan emosi untuk menjaga kesihatan mentalnya.

Responden menjelaskan bahawa penggunaan media sosial penting bagi menjaga kesihatan mentalnya kerana ia memberikan rasa lega dan kelegaan selepas meluahkan perasaan, sama ada positif atau negatif. Selain itu, beliau turut menggunakan platform seperti WhatsApp untuk urusan perniagaan. - **Informan 4**

Infroman 4 akan merasa lega setelah meluahkan emosi di media sosialnya. Manakala Informan 5 meluah di media sosial untuk memberitahu kepada kenalan media sosialnya masih hidup.

Responden menyatakan bahawa perkongsian di media sosial turut berfungsi sebagai cara untuk memaklumkan kepada kenalan bahawa beliau masih aktif dan menjalani kehidupan seperti biasa. - **Informan 5**

Informan 5 meluah di media sosial untuk memberitahu kenalannya bahawa dia masih hidup agar dia masih boleh dicari dan dihubungi. Manakala, Informan 6 menggunakan akaun media sosial I*nstagram* palsu untuk meluah supaya tidak di ketahui oleh kawan-kawanya. Ini kerana, Informan 6 tidak mahu kesihatan mental terganggu sekiranya kawan-kawanya tahu mengenai kehidupanya yang sebenar.

Responden menjelaskan bahawa beliau menggunakan akaun palsu di Instagram untuk meluahkan perasaan agar tidak menyimpan emosi sendiri. Tindakan ini dilakukan bagi mengelakkan perkongsian negatif di akaun utama yang mempunyai ramai pengikut kerana bimbang akan dinilai oleh rakan-rakan. - **Informan 6**

Informan 6 menggunakan akaun palsu di media social *Instagram* untuk meluahkan emosinya daripada diketahui oleh kawan-kawanya. Manakala, Informan 7 lebih percaya dan selesa meluahkan emosi di *Twitter* daripada meluahkan dengan orang lain.

Responden menyatakan bahawa beliau lebih mempercayai platform Twitter sebagai tempat untuk meluahkan perasaan berbanding berkongsi secara langsung dengan individu lain. -

Informan 7

- **Medium komunikasi**

Kajian mendapati bahawa media sosial penting kepada pengguna terutamanya sebagai medium komunikasi.

Responden menyatakan bahawa penggunaan WhatsApp penting kerana ia merupakan medium utama untuk berkomunikasi dengan orang lain. -

Informan 8

Informan 8 dan Informan 9 menganggap *WhatsApp* sangat penting kepada mereka berdua.

WhatsApp merupakan medium untuk mereka berdua berkomunikasi dengan kawan-kawan, keluarga, dan pelanggan. Ini kerana, WhatsApp ini sudah terbiasa digunakan secara harian untuk berkomunikasi dan meluahkan emosi.

Responden menjelaskan bahawa WhatsApp penting sebagai medium komunikasi harian dengan rakan, keluarga dan pelanggan. Beliau turut menyatakan bahawa ketiadaan aplikasi tersebut akan menimbulkan rasa janggal kerana sudah terbiasa menggunakannya setiap hari. - **Informan 9**

Kesimpulannya, Informan berpendapat bahawa aplikasi media sosial ini penting untuk mereka kerana ingin menjaga kesihatan mental dengan cara bertindak untuk mengekspresikan emosi dalam media sosial tanpa ada gangguan dan sekatan daripada orang lain kerana mereka boleh memilih audiens yang boleh melihat luahan tersebut dan ada hak untuk meluahkan apa jenis emosi. Betapa pentingnya media sosial sebagai medium luahan emosi sehingga Informan 6 mendaftarkan akaun palsu hanya kerasa ingin menulis luahan di media sosial tanpa diketahui identitinya oleh rakan lain. Informan 7 juga menyatakan bahawa lebih mempercayai aplikasi Twitter sebagai tempat untuk meluah berbanding bercerita kepada rakan. Manakala Informan 8 dan 9 berpendapat bahawa media sosial ini sangat penting sebagai medium untuk berkomunikasi. Aplikasi WhatsApp adalah aplikasi paling mudah untuk berkomunikasi dengan keluarga, rakan dan juga pelanggan. Maka dengan ini, media sosial sangat penting bagi belia untuk menjaga kesihatan mental mereka dengan cara menulis luahan emosi di media sosial secara bebas tanpa paksaan dan sekatan.

4.5 Implikasi luahan emosi menerusi media sosial.

Menerima komen negatif melalui hantaran atau perkongsian gambar/video:

Kajian mendapati bahawa terdapat impak emosi terhadap belia apabila menerima komen negatif melalui hantaran atau perkongsian dalam media sosial.

- **Rasa takut dengan komen yang diterima**

Responden menceritakan pengalaman menerima kecaman selepas memberikan komen berkaitan artis K-pop di media sosial walaupun tanpa menyentuh isu agama. Situasi tersebut membuatkan beliau berasa tertekan dan kecewa kerana pandangannya tidak diterima serta mendapat reaksi negatif daripada orang lain. Sejak kejadian itu, beliau memilih untuk menetapkan akaun media sosialnya sebagai peribadi dan hanya menerima pengikut yang dikenal pasti. **- Informan 1**

Informan 1 patah semangat dengan orang yang tidak bersetuju dengan komen yang ditulis olehnya. Selain patah semangat Informan 1 juga merasa takut dengan komen yang diterima di media sosial seolah-olah dia akan diserang di dunia luar. Disebabkan itu Informan 1 telah menetapkan mod media sosialnya kepada privasi dan hanya yang dikenali sahaja akan diterima di platform media sosialnya.

- **Rasa rendah diri**

Responden mengakui berasa tertekan apabila menerima komen negatif di media sosial, terutamanya yang menyentuh perkara yang menjadi insekuriti diri seperti bentuk badan. Beliau menyatakan bahawa sikap segelintir pengguna yang terlalu lantang memberi pandangan tanpa mengenali diri seseorang menyebabkan beliau berasa tidak selesa dan rendah diri. **- Informan 2**

Informan 2 merasa rendah diri sekiranya menerima komen yang negatif daripada pengguna media sosial yang lain terutama berkaitan ejekan atau sindiran kepada tubuhnya.

- **Rasa malu**

Responden menyatakan tidak pernah menerima komen negatif daripada individu

yang tidak dikenali. Namun, beliau pernah menerima komen negatif daripada ahli keluarga, iaitu kakaknya, terhadap hantaran yang dimuat naik, dan hal tersebut membuatkannya berasa malu kerana komen tersebut dapat dibaca oleh orang lain. -

Informan 3

Informan 3 merasa malu apabila menerima komen yang negatif dari kakaknya di media sosialnya kerana pengguna sosial media yang lain juga boleh membaca komen itu.

- **Rasa sakit hati**

Responden menyatakan pernah berasa terganggu dengan mesej yang diterima semasa awal kehamilan, sehingga menyebabkan beliau berasa tidak selesa dan mengambil keputusan untuk memadam nombor individu tersebut. **- Informan 4**

Informan 4 dan Informan 7 akan merasa sakit hati apabila menerima komen yang negatif daripada pengguna media sosial yang lain. Informan 4 akan terus memadam nombor pengguna media sosial yang memberikan komen negatif itu. Manakala, Informan 7 akan tidak melayan komen negatif itu.

Responden menyatakan pernah menerima komen negatif di media sosial. Walaupun kadangkala beliau mengabaikannya atau membalas semula, namun komen tersebut tetap menimbulkan rasa tidak puas hati. –

Informan 7

Informan 7 dan Informan 9 pernah merasa sakit hati apabila menerima komen negative dari pengguna media sosial yang lain. Informan 7 tidak akan melayan komen negatif itu dan kadang-kadang membalas balik.

Responden mengakui pernah berasa sakit hati apabila menerima komen negatif di media sosial dan

mempunyai keinginan untuk membalas komen tersebut. - **Informan 9**

Kesimpulannya, terdapat implikasi terhadap kesihatan mental Informan setelah meluahkan emosi melalui media sosial. Informan menerima komen negatif apabila memuat naik hantaran tulisan, gambar dan video sehinggakan merasa takut, malu, berasa rendah diri dan sakit hati. Oleh kerana itu, Informan lebih selesa meluahkan emosi secara tertutup seperti menggunakan akaun media sosial palsu atau mengunci akaun profil.

Pandangan terhadap pengkritik di media sosial.

- **Pentingkan diri**

Responden berpendapat bahawa bertukar-tukar pandangan adalah sesuatu yang baik, namun cara sesetengah individu menyampaikan pendapat dengan menggunakan bahasa kasar boleh memberi kesan negatif. Hal ini boleh menyebabkan individu yang menerima komen negatif berasa tertekan dan cenderung mengalami gangguan emosi yang serius. Responden juga menegaskan bahawa komen negatif sering menyerang aspek fizikal seseorang dan menyarankan agar berhati-hati dengan individu yang suka memberikan komen sedemikian. - **Informan 1**

Informan 1 berpendapat bahawa pengguna media sosial yang sering membuat komen negatif kepada orang lain ini sangat pentingkan diri sendiri dan tidak menghiraukan orang lain. Ini kerana mereka yang menerima komen negatif dari pengguna media sosial lain akan patah semangat dan akan cenderung untuk membunuh diri.

- **Tidak menghargai diri sendiri**

Responden menyatakan bahawa adalah tidak adil untuk melabel individu tertentu sebagai toksik kerana tidak mengenali mereka secara peribadi. Namun, responden

berpendapat bahawa sikap tersebut mungkin disebabkan oleh ketidakupayaan individu berkenaan untuk menghargai kehidupan mereka, atau mungkin juga merupakan sekadar hobi bagi mereka. - **Informan 2**

Informan 2 menganggap bahawa pengguna media sosial yang sering membuat komen negatif ini tidak menghargai diri sendiri dan mungkin itu merupakan hobi mereka.

- **Cemburu dengan apa yang orang lain punya**

Responden berpendapat bahawa individu yang memberikan komen negatif sebenarnya didorong oleh perasaan cemburu terhadap sesuatu yang mereka tidak miliki, seperti penampilan atau harta benda. - **Informan 3**

Informan 3 dan Informan 6 berpendapat bahawa pengguna media sosial yang kerap memberikan komen negatif didorong oleh perasaan iri hati terhadap apa yang dimiliki oleh individu lain dari segi harta benda.

Cemburu - **Informan 6**

Informan 6 dan Informan 9 turut menyatakan persetujuan bahawa pengguna media sosial yang kerap memberikan komen negatif didorong oleh rasa iri hati terhadap pencapaian atau pemilikan orang lain.

Jelous dengan apa yang kita ada - **Informan 9**

- **Menekan emosi**

Responden menyatakan rasa tidak suka terhadap individu yang sering berkongsi kandungan negatif di media sosial kerana ia menimbulkan perasaan marah dan tertekan. Oleh itu, responden mengambil tindakan untuk menyenyapkan status individu tersebut bagi mengelakkan rasa terganggu. - **Informan 4**

Informan 4 akan merasa tertekan dan marah apabila terbaca komen yang negatif di media sosial.

- **Mencari perhatian**

Responden berpendapat bahawa individu yang memberikan komen negatif di media sosial merupakan pencari perhatian kerana mereka ingin mendapat perhatian orang lain dan mungkin mempunyai terlalu banyak masa untuk menulis komen yang tidak berfaedah. - **Informan 5**

Informan 5 dan Informan 7 bersetuju bahawa pengguna media sosial yang sering membuat komen negatif ini hanya memerlukan perhatian daripada orang lain.

Responden berpendapat bahawa individu yang memberi komen negatif di media sosial adalah mereka yang mencari atau dahagakan perhatian. - **Informan 7**

Kesimpulannya, Informan berpendapat pengkritik dalam media sosial ini pentingkan diri, kerana tidak memikirkan perasaan orang lain ketika mengkritik mahupun berinteraksi dalam media sosial. Selain itu, cemburu melihat kehidupan orang lain sehingga sanggup mengkritik. Informan 3, 6 dan 9 sama-sama bersetuju bahawa orang yang suka meninggalkan komen negatif pada kandungan orang lain, adalah orang yang cemburu melihat kejayaan atau kehidupan yang ditayangkan dalam media sosial. Seterusnya, Informan juga berpendapat bahawa, pengkritik ini suka menekan emosi orang lain dan perlukan perhatian.

Ketagihan terhadap media sosial.

- **Bergantung dengan media sosial**

Responden menyatakan bahawa tahap kebergantungan terhadap media sosial bergantung kepada situasi. Ketika berasa sedih, responden tidak berkongsi secara terbuka di media sosial, namun ketika marah, responden cenderung meluahkan perasaan di Twitter kerana platform tersebut dianggap sebagai ruang selamat untuk mengekspresikan emosi tanpa menimbulkan kesan negatif selepas itu. - **Informan 1**

Informan 1 dan Informan 2 kedua-duanya bergantung dengan media sosial. Informan 1 akan meluahkan perasaan marahnya sahaja di media sosial. Manakala, Informan 2 bergantung dengan media sosial untuk mencari penerimaan orang lain terhadapnya di media sosial.

Responden menyatakan bahawa kebergantungan terhadap media sosial bergantung kepada individu. Dahulu, responden sering mencari pengesahan daripada orang lain melalui media sosial, namun kini berpendapat bahawa tindakan tersebut bersifat toksik kerana terlalu berpaksikan pandangan orang lain. - **Informan 2**

- **Ketagih dengan media sosial**

Responden mengakui mengalami ketagihan terhadap media sosial kerana sukar untuk menyahaktifkan akaun walaupun berada dalam fasa emosi yang tidak stabil. Hal ini disebabkan oleh kebergantungan terhadap media sosial dalam kehidupan seharian dan keperluan kerja yang berkaitan dengan bidang pemasaran digital. -

Informan 3

Informan 3 dan Informan 4 ketagih dengan media sosial mereka. Informan 1 merasa bahawa tanpa sosial media hidupnya tidak lengkap dan kerjanya berkait rapat dengan penggunaan media sosial. Manakala Informan 4 akan tercari-cari telefonnya dan akan membawa telefonya ke tandas.

Responden menyatakan tahap kebergantungan yang tinggi terhadap telefon pintar dan internet, sehingga sukar berpisah daripadanya walaupun untuk tempoh singkat.

Hal ini disebabkan oleh kebiasaan berkongsi aktiviti harian melalui status WhatsApp dan kebergantungan terhadap capaian internet dalam rutin seharian. - **Informan 4**

Informan 4 dan Informan 6 ketagih dengan media sosial mereka. Ini kerana Informan 4 akan selalu memuat naik dia status *WhatsApp* dan Informan 6 akan merasa tidak lengkap jika tidak meluangkan masanya dengan media sosial.

Responden mengakui berasa ketagihan terhadap media sosial kerana sebahagian besar masa dihabiskan dengan platform tersebut, dan akan berasa tidak lengkap sekiranya tidak menggunakannya. - **Informan 6**

Informan 6 dan 8 boleh dikatakan ketagih juga dengan media sosial mereka. Ini kerana meraka akan merasa tidak lengkap kalau tidak meluangkan masa dan kemas kini media sosial mereka.

Responden menyatakan bahawa mereka boleh dikategorikan sebagai ketagih terhadap media sosial kerana cenderung untuk mengemas kini setiap perkara yang berlaku dalam kehidupan seharian. - **Informan 8**

Informan 8 boleh dikatakan ketagih dan Informan 9 memang ketagih dengan media sosial mereka. Informan 9 berniaga dengan menggunakan media sosial oleh itu dia sangat perlu untuk peka dengan sosial medianya.

Responden mengakui ketagihan terhadap media sosial kerana terlibat dalam aktiviti perniagaan yang memerlukan penggunaan platform tersebut secara berterusan hampir sepanjang masa. - **Informan 9**

Kesimpulannya, Informan berpendapat bahawa dengan meluahkan emosi menerusi media sosial boleh menyebabkan ketagihan dan kebergantungan terhadap media sosial. Hal ini kerana, Informan berasa selesa untuk meluahkan emosi menerusi laman sosial berbanding berkongsi emosi bersama rakan secara fizikal. Dengan menggunakan media sosial, Informan dapat

meluahkan perasaan tanpa perlu memberitahu profil diri kepada umum dan sekaligus menjurus kepada ketagihan media sosial. Informan berpendapat, tidak berasa tenang jika tidak menggunakan media sosial sebagai aktiviti harian.

Pengaruh media sosial terhadap pengguna.

- **Bergantung penerimaan diri**

Pengaruh media sosial bergantung kepada cara individu menilai dan menggunakannya. Jika seseorang melihat media sosial secara negatif atau dengan perasaan cemburu terhadap perkongsian orang lain, ia boleh memberi impak emosi yang negatif. Namun, bagi individu yang tidak mengambil kisah tentang kandungan tersebut, penggunaan media sosial tidak memberi kesan yang besar. Oleh itu, kesan media sosial sebenarnya bergantung kepada sikap dan persepsi individu terhadap maklumat yang diterima dan dikongsi. **- Informan 1**

Informan 1 dan 2 berpendapat bahawa pengaruh media sosial terhadap pengguna adalah bergantung kepada diri sendiri. Ini kerana Informan 1 dan 2 berpendapat bahawa media sosial boleh dilihat sebagai perkara yang positif dan sebaliknya.

Hal ini bergantung kepada individu. Jika seseorang melakukan perkara yang baik, mereka juga akan menerima perkara yang baik sebagai balasan. Namun, jika seseorang menyebarkan tenaga atau sikap negatif, maka kesan negatif juga akan kembali kepada dirinya. Oleh itu, jika seseorang melihat sesuatu dengan perspektif positif, hasilnya juga akan menjadi positif, dan begitu juga sebaliknya.

- Informan 2

Informan 2 dan Informan 3 juga berpendapat bahawa pengaruh media sosial terhadap pengguna

adalah bergantung dengan diri sendiri. Informan 2 berpendapat bahawa sekiranya kita melihat perkara itu dari segi positif maka perkara itu akan menjadi positif. Manakala Informan 3 pengaruh media sosial ini akan jadi negatif mungkin dari segi pembahagian masa diri sendiri untuk melayari media sosial itu.

Dari sudut positif, penggunaan media sosial memberikan kesedaran kepada individu tentang isu semasa, seperti perkembangan di Gaza, walaupun tanpa menonton televisyen atau membaca majalah. Selain itu, media sosial turut menjadi medium pembelajaran yang mudah diakses, termasuk perkongsian pelbagai tip dan ilmu. Namun begitu, dari sudut negatif, media sosial boleh menyebabkan ketidakseimbangan dalam pengurusan masa, kerana pengguna cenderung meluangkan terlalu banyak masa di platform tersebut sehingga menjejaskan rutin harian. - **Informan 3**

Informan 3 dan Informan 4 juga berpendapat bahawa pengaruh media sosial terhadap pengguna adalah bergantung kepada diri sendiri. Informan 3 berpendapat bahawa jika pengguna tidak pandai menguruskan masa disebabkan media sosial akan menyebabkan pengaruh negatif kepada pengguna itu sendiri.

Hal ini bergantung kepada individu dan cara seseorang menggunakan media sosial. Jika pengguna mudah terpengaruh atau cenderung untuk menilai dan mengata orang lain, maka penggunaan media sosial akan memberikan kesan negatif. Namun, jika digunakan secara berhemah, media sosial boleh menjadi platform yang bermanfaat. - **Informan 4**

Informan 4 dan Informan 5 juga berpendapat bahawa pengaruh media sosial terhadap pengguna adalah bergantung kepada diri sendiri. Ini kerana, Informan 4 menyatakan bahawa jika pengguna

menggunakan media sosialnya untuk mengata orang lain ia akan menjadi negatif. Manakala, Informan 5 tidak akan mudah terpengaruh dan pandai mengawal diri untuk kekal positif di media sosial.

Bagi responden, penggunaan media sosial memberi kesan yang positif sekiranya individu bijak mengawal diri dan tidak mudah terpengaruh. Responden menjelaskan bahawa sebagai individu yang cenderung untuk berfikir secara berlebihan, beliau akan mengelak daripada perkara yang boleh mencetuskan emosi negatif bagi memastikan kesejahteraan emosinya terpelihara. - **Informan 5**

Informan 5 dan Informan 6 juga berpendapat bahawa pengaruh media sosial terhadap pengguna adalah bergantung kepada diri sendiri. Informan 5 akan mengelakkan dirinya dari perkara yang boleh membuatnya beremosi ketika melayari media sosial.

Sikap individu mempengaruhi pengalaman mereka; jika seseorang berfikiran positif, pengalaman positif cenderung berlaku - **Informan 6**

Informan 6 dan Informan 7 juga berpendapat bahawa pengaruh media sosial terhadap pengguna adalah bergantung kepada diri sendiri. Jika kita rasa perkara itu positif jadi perkara positif juga yang akan datang.

Individu yang mudah terpengaruh mungkin lebih cenderung mengalami pengalaman negatif berbanding positif, oleh itu perlu berhati-hati. - **Informan 7**

Informan 7 dan 9 juga berpendapat bahawa pengaruh media sosial terhadap pengguna adalah bergantung kepada diri sendiri. Ini kerana media sosial boleh mempengaruhi ke arah positif dan negatif.

Kesan media sosial bergantung kepada individu; ia boleh memberi pengaruh positif atau negatif. Individu yang bijak menggunakan media sosial cenderung menerima

impak positif - **Informan 9**

Kesimpulannya, media sosial memainkan peranan penting dalam kehidupan pengguna, namun pengaruhnya bergantung kepada cara penggunaannya dan penerimaan individu. Informan menyatakan bahawa media sosial boleh memberikan kesan positif atau negatif. Sekiranya media sosial digunakan sebagai platform untuk mengkritik atau menzahirkan perasaan cemburu, kesan negatif lebih cenderung berlaku. Sebaliknya, jika ia dimanfaatkan sebagai medium membina hubungan positif, mendapatkan maklumat, atau berkongsi ilmu, media sosial dapat memberi impak yang positif kepada kesejahteraan pengguna.

Kelakuan negatif akibat pneggunaan media sosial.

- **Menyendiri**

Saya tidak pernah terlibat dengan keganasan, tetapi pernah mengalami kecenderungan untuk menyendiri. Keadaan ini bermula apabila saya membaca kandungan berkaitan kesihatan mental dan isu bunuh diri, yang digabungkan dengan tekanan kerja serta situasi tinggal bersendirian di Kuala Lumpur. Keadaan tersebut menyebabkan saya berasa terasing, tidak mahu berinteraksi, dan cenderung untuk mengasingkan diri. Namun, setelah menghentikan penggunaan media sosial selama dua minggu, keadaan emosi saya menjadi lebih stabil dan saya kembali berfikir secara rasional. - **Informan 1**

Informan 1 pernah menyendiri disebabkan terbaca sesuatu yang perkara yang menyedihkan, kesihatan mental dan tentang bunuh diri di media sosial. Oleh itu, Informan 1 tidak membuka semua media sosialnya selama 2 minggu baru dia kembali untuk berfikiran secara rasional kembali.

- **Patah semangat**

Saya mengalami pelbagai emosi akibat media sosial. Walau bagaimanapun, saya tidak pernah terfikir untuk membunuh diri kerananya, tetapi kandungan tertentu kadangkala membuat saya berasa tertekan apabila melihat perkara yang tidak saya miliki - **Informan 2**

Saya pernah berasa tertekan sebelum ini - **Informan 7**

Informan 2 dan Informan 7 pernah merasa patah semangat sahaja disebabkan oleh media sosial.

- **Marah**

Saya pernah berasa marah, terutamanya apabila melihat perkongsian yang memaparkan perbuatan tidak wajar, seperti kes kecurian. -

Informan 3

Informan 3 menyatakan bahawa beliau pernah mengalami emosi kemarahan apabila terdedah kepada kandungan yang dikongsi oleh pengguna lain di platform media sosial, khususnya melalui tweet. Beliau menjelaskan bahawa pendedahan kepada kandungan negatif, seperti aktiviti jenayah (contohnya, kecurian motosikal), mencetuskan reaksi emosi negatif seperti kemarahan.

Secara amnya, media sosial tidak memberi kesan langsung kepada saya. Walau bagaimanapun, kadangkala saya berasa marah ketika membaca sesuatu, tetapi emosi itu cepat diatasi kerana saya berusaha mengekalkan sikap positif. - **Informan 4**

Informan 4 menyatakan bahawa beliau tidak merasakan bahawa kandungan media sosial

mempunyai kaitan langsung dengan dirinya secara peribadi. Namun, beliau mengakui bahawa terdapat situasi di mana pendedahan kepada kandungan tertentu di media sosial mencetuskan emosi negatif seperti kemarahan. Walaupun begitu, beliau mengambil inisiatif untuk mengawal emosi tersebut dengan cepat melupakan atau mengabaikan kandungan yang menimbulkan reaksi negatif, demi mengekalkan aura positif. Ini mencerminkan strategi pengurusan emosi yang proaktif, di mana Informan 4 memilih untuk mengutamakan kesejahteraan emosi dengan mengelakkan penglibatan berpanjangan dengan kandungan yang boleh menjejaskan keadaan emosinya.

Setakat ini, saya tidak mengalami sebarang kesan negatif kerana saya akan segera mengelak daripada membaca kandungan yang berpotensi mencetuskan emosi. Saya juga sentiasa mengawal emosi ketika menggunakan media sosial. - **Informan 5**

Informan 5 menjelaskan bahawa apabila berdepan dengan kandungan yang berpotensi mencetuskan emosi negatif, beliau mengambil langkah proaktif untuk mengelak dengan cara tidak membaca kandungan tersebut.

Saya pernah berasa marah sehingga terdorong untuk membuat perkongsian di media sosial, terutama apabila emosi tersebut sangat kuat, tanpa mengambil kira kandungan lain. - **Informan 6**

Informan 6 mengakui bahawa beliau pernah meluahkan emosi kemarahan di media sosial, terutamanya apabila mengalami perasaan "geram" (frustrasi atau kemarahan yang kuat). Beliau menjelaskan bahawa luahan emosi negatif tersebut diungkapkan melalui penghantaran di platform media sosial. Menurut beliau, tindakan ini dilakukan apabila emosi kemarahan mencapai tahap yang tinggi, tanpa mengira jenis isu atau konteks yang mencetuskan emosi tersebut.

Saya pernah berasa marah apabila melihat perkongsian di media sosial yang saya

anggap tidak menyenangkan, seperti kandungan yang memaparkan orang berpura-pura sempurna. - **Informan 8**

Informan 8 menyatakan bahawa beliau akan berasa marah apabila melihat kandungan orang lain yang dirasakan sebagai kandungan yang tidak perlu untuk dipertontonkan melalui media sosial. Seperti ingin kelihatan lebih sempurna berbanding orang lain.

Saya pernah berasa marah apabila menerima balasan yang menyinggung perasaan, terutamanya apabila orang lain mencampuri urusan peribadi saya tanpa sebab. -

Informan 9

Informan 9 mengakui bahawa beliau pernah mengalami emosi kemarahan di media sosial, terutamanya apabila menerima balasan ("r*eply*") yang dianggap menyakitkan hati atau tidak menyenangkan. Beliau menyatakan bahawa balasan tersebut mencerminkan sikap "*busy body*" (suka mengganggu atau campur tangan) daripada pengguna lain, yang dianggap sebagai satu bentuk gangguan terhadap urusan peribadi.

Kesimpulannya, kemarahan dalam konteks media sosial merupakan satu fenomena yang dipengaruhi oleh interaksi dinamik antara kandungan, emosi, dan strategi pengurusan diri pengguna. Berdasarkan analisis terhadap dialog informan, beberapa pola utama dapat dirumuskan. Pertama, pengguna media sosial sering terlibat secara emosi dengan kandungan yang mencetuskan kemarahan, walaupun ia bersifat negatif. Fenomena *"emotional engagement"* (penglibatan emosi) ini mencerminkan kecenderungan pengguna untuk terus membaca atau melihat kandungan yang menimbulkan reaksi emosi kuat, selaras dengan konsep "*Selective Exposure*" (Knobloch-Westerwick, 2015). Ini menunjukkan bahawa media sosial bukan sahaja mempengaruhi emosi pengguna tetapi juga berfungsi sebagai medium untuk mencerminkan keprihatinan sosial terhadap isu-isu negatif dalam masyarakat.

Kedua, sebahagian pengguna secara sedar mengelak kandungan yang boleh menjejaskan emosi mereka demi mengekalkan kesejahteraan emosi, selaras dengan konsep "Selective

Avoidance" (Knobloch-Westerwick, 2015). Strategi ini menyerlahkan kepentingan keupayaan individu untuk bertindak dalam mengawal pengalaman emosi di platform digital. Pengguna seperti Informan 4 dan Informan 5 menggunakan pendekatan proaktif untuk mengekalkan kesejahteraan mental, mencerminkan kecenderungan generasi muda untuk mengutamakan perspektif positif dalam interaksi digital.

Ketiga, media sosial juga berfungsi sebagai saluran untuk meluahkan emosi negatif, terutamanya apabila individu mengalami tekanan emosi yang tinggi. Tindakan Informan 6 untuk menghantar kandungan ketika marah mencerminkan penggunaan media sosial sebagai alat untuk melepaskan tekanan emosi, walaupun tanpa pertimbangan mendalam tentang kesan jangka panjang atau implikasi sosial. Ini menyerlahkan peranan media sosial sebagai ruang untuk ekspresi emosi yang spontan dan tidak terbatas.

Akhir sekali, walaupun media sosial menyediakan ruang untuk meluahkan emosi, penggunaannya yang tidak terkawal boleh menjejaskan kesejahteraan mental. Pengguna yang kerap terdedah kepada kandungan negatif atau tidak dapat mengawal emosi mereka berisiko mengalami tekanan emosi yang berpanjangan.

Secara keseluruhan, kemarahan melalui media sosial mencerminkan interaksi kompleks antara kandungan, emosi, dan strategi pengurusan diri. Fenomena ini menyerlahkan kepentingan memahami konteks emosi dalam penggunaan media sosial, serta keperluan untuk menggalakkan penggunaan platform digital yang lebih sihat dan bertanggungjawab. Kajian lanjut diperlukan untuk meneroka strategi intervensi yang dapat membantu pengguna mengurus emosi negatif dengan lebih efektif, terutamanya dalam konteks perbandingan sosial dan pendedahan kepada kandungan yang mencetuskan kemarahan.

4.6 Kesimpulan

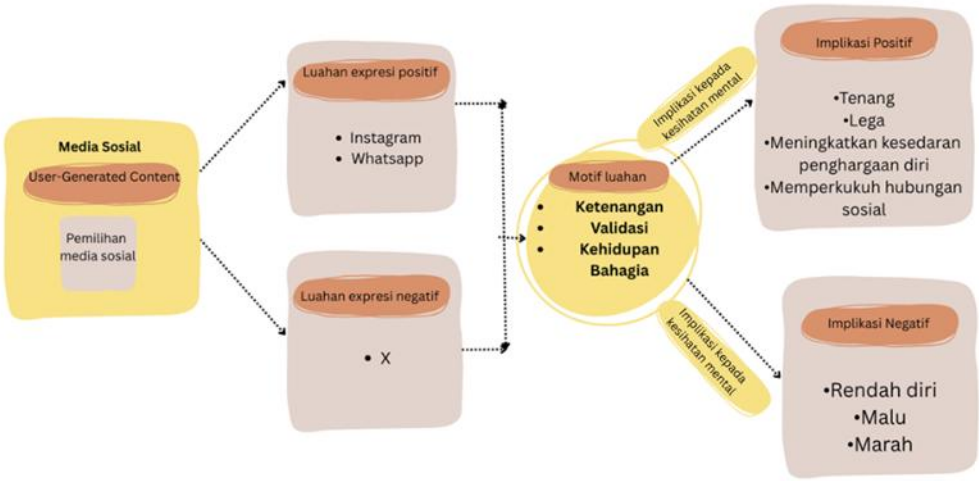
Secara keseluruhannya, bab ini telah menerangkan hasil dapatan kajian seteleh menemu bual 10 orang Informan berdasarkan soalan-soalan yang memenuhi objektif kajian. Hasil dapatan kajian

juga telah di analisis menggunakan kaedah tematik. Bab seterusnya akan memperbincangkan hasil dapatan kajian dan kesimpulan kajian berdasarkan dapatan yang diperolehi.

BAB 5 PERBINCANGAN DAN KESIMPULAN

5.0 Pendahuluan

Bab ini akan membuat perbincangan dan kesimpulan hasil kajian yang diperolehi melalui temu bual mendalam. Perbincangan ini akan dibahagikan kepada beberapa sub topik untuk memenuhi objektif kajian.



Rajah 1.1 Hasil dapatan kajian berpandukan kerangka teori.

Rajah 1.1 diatas menunjukkan proses hubungan antara penggunaan media sosial, jenis luahan emosi, motif luahan, dan implikasi terhadap kesejahteraan mental individu. Media sosial berfungsi sebagai platform utama bagi *user-generated content (UGC)*, di mana pengguna menghasilkan dan berkongsi kandungan yang mencerminkan pengalaman, pemikiran dan emosi mereka. Pemilihan platform seperti Instagram dan WhatsApp bergantung kepada tujuan pengguna iaitu lebih kepada luahan emosi yang berbentuk positif seperti tenang, lega, meningkatkan kesedaran penghargaan diri dan memperkukuh hubungan sosial. Manakala, aplikasi X lebih cenderung digunakan untuk meluahkan emosi negatif seperti apabila berasa

rendah diri, malu dan marah.

Motif luahan emosi yang dikenal pasti merangkumi tiga dimensi utama iaitu:

I. Ketenangan: mencari kelegaan emosi selepas meluahkan perasaan.

II. Validasi: memperoleh pengesahan sosial daripada orang lain.

III. Kehidupan bahagia: mengekspresikan sisi positif untuk mengekalkan imej sejahtera.

Secara keseluruhannya, rajah 1.2 membentuk satu model hubungan bersepadu yang menerangkan bagaimana media sosial berfungsi sebagai medium luahan emosi, seterusnya memberi kesan terhadap kesejahteraan mental *(mental wellbeing)* individu. Model ini memperlihatkan empat komponen utama yang saling berkaitan, iaitu Media Sosial *(User-Generated Content)*, Luahan Ekspresi Positif dan Negatif, Motif Luahan, serta Implikasi terhadap Kesejahteraan Mental.

Media sosial berperanan sebagai platform yang membolehkan pengguna menghasilkan dan berkongsi kandungan berdasarkan pengalaman peribadi mereka, dikenali sebagai *user-generated content (UGC)*. Melalui pemilihan platform seperti Instagram, WhatsApp dan lain-lain, individu menyalurkan emosi dalam pelbagai bentuk sama ada dalam bentuk teks, gambar, mahupun video. Tindakan ini sejajar dengan Teori Penggunaan dan Kepuasan *(Uses and Gratification Theory; Ruggiero, 2000)* yang menegaskan bahawa pengguna media bersifat aktif dalam memilih saluran komunikasi untuk memenuhi keperluan emosi dan sosial tertentu. Dalam konteks ini, penggunaan media sosial bukan sahaja bertujuan untuk berinteraksi, tetapi juga untuk mencari kelegaan emosi, sokongan sosial, dan pengiktirafan daripada komuniti dalam talian.

Komponen kedua dalam model ini ialah luahan ekspresi positif dan negatif, yang menggambarkan bentuk tingkah laku emosi pengguna media sosial. Luahan ekspresi positif merangkumi perkongsian perasaan gembira, syukur, atau pencapaian diri, manakala luahan

ekspresi negatif merangkumi perasaan sedih, marah, atau kecewa.

Pemilihan untuk meluahkan emosi positif atau negatif ini dipengaruhi oleh konteks sosial, tahap keterbukaan, serta persepsi terhadap penerimaan sosial di ruang digital. Kedua-dua jenis luahan ini mencerminkan cara individu mengurus emosi melalui media sosial, selaras dengan Teori Emosi dan Peraturan (Emotion Regulation Theory; Hoeksema & Schweizer, 2010). Teori ini menjelaskan bahawa ekspresi emosi secara terbuka sama ada positif atau negatif merupakan sebahagian daripada strategi pengawalan emosi yang membantu individu mencapai keseimbangan psikologi.

Seterusnya, motif luahan berperanan sebagai penghubung antara bentuk luahan emosi dengan implikasi terhadap kesejahteraan mental. Motif ini merangkumi beberapa aspek seperti keinginan untuk memperoleh ketenangan, mencari validasi sosial, mencapai kehidupan yang bahagia, serta meningkatkan penghargaan diri. Motif ini menunjukkan bahawa tindakan meluahkan emosi di media sosial bukanlah semata-mata tindak balas spontan, tetapi dipacu oleh keperluan psikologi dan sosial yang mendalam. Individu menggunakan platform digital sebagai medium untuk memenuhi keperluan emosi seperti kelegaan, penerimaan, dan pengiktirafan diri, yang sekaligus memberi kesan terhadap kesejahteraan mental mereka.

Komponen terakhir dalam model ini ialah implikasi terhadap kesejahteraan mental, yang merupakan hasil akhir daripada proses luahan emosi tersebut. Kesan yang timbul boleh bersifat positif mahupun negatif bergantung kepada bentuk ekspresi dan maklum balas sosial yang diterima. Implikasi positif termasuk perasaan tenang, lega, peningkatan kesedaran dan penghargaan diri, serta pengukuhan hubungan sosial. Sebaliknya, implikasi negatif seperti rasa rendah diri, malu, dan marah boleh berlaku apabila luahan tidak diterima atau disalah tafsir oleh komuniti dalam talian. Hal ini memperkukuh pandangan bahawa media sosial mempunyai peranan dwi-fungsi terhadap kesejahteraan mental ia boleh menjadi alat terapeutik bagi mengurus tekanan emosi, namun juga berpotensi menimbulkan kesan psikologi yang negatif jika tidak dikawal dengan baik.

Secara keseluruhannya, model hubungan ini menegaskan bahawa luahan emosi di media sosial bukan sekadar bentuk komunikasi sosial, tetapi merupakan satu mekanisme psikologi untuk mengurus kesejahteraan diri. Integrasi antara Teori Penggunaan dan Kepuasan dengan Teori Emosi dan Peraturan memberikan asas teori yang kukuh untuk memahami bagaimana pengguna media sosial menggunakan platform digital bagi menyalurkan, mengawal, dan menstruktur emosi mereka.

5.1 Jenis media sosial yang digunakan dan keaktifan luahan

Dalam perbincangan ini, sebarang rujukan kepada 'Twitter' merujuk kepada platform yang kini dikenali sebagai 'X' selepas penjenamaan semula oleh syarikat induknya. Walaupun nama dan identitinya telah berubah, fungsi asas serta peranan platform ini dalam komunikasi digital kekal relevan dalam konteks kajian. Data kajian menunjukkan bahawa pengguna media sosial, khususnya belia, menggunakan platform tertentu seperti Facebook, Instagram, Whatsapp dan aplikasi X.

Instagram, dan WhatsApp secara aktif untuk mengekspresikan emosi, baik positif mahupun negatif. Pemilihan platform berbeza bergantung pada persepsi pengguna terhadap privasi dan keselesaan. Contohnya, aplikasi X sering digunakan oleh pengguna seperti Informan 1, 2, dan 7 untuk meluahkan emosi kerana ia dirasakan sebagai ruang yang "selamat" tanpa kritikan. Sebaliknya, WhatsApp dipilih oleh Informan 4, 8, dan 9 kerana aksesibiliti serta kebolehan untuk mengawal privasi status. Ini selari dengan kajian Meshi et al. (2020) yang menyatakan bahawa media sosial menyediakan ruang ekspresi emosi yang mempengaruhi kesejahteraan psikologi pengguna, bergantung kepada hubungan sosial dan sokongan yang diterima di platform tersebut.

Namun, ekspresi emosi melalui media sosial juga bergantung pada motivasi dan strategi pengguna. Sebagai contoh, Informan 5 lebih suka berkongsi di Instagram kerana ia melibatkan kenalan baharu, sementara Informan 6 menggunakan akaun palsu untuk meluahkan perasaan

secara rahsia. Kajian ini disokong oleh Huang (2021) yang mendapati bahawa pengguna lebih cenderung memilih platform berdasarkan tahap keselesaan untuk meluahkan emosi secara terbuka atau tersembunyi.

Selain itu, penggunaan media sosial sebagai medium meluahkan emosi dilihat bergantung kepada *mood* pengguna. Informan 3 mengakui bahawa beliau hanya akan meluahkan perasaan di media sosial apabila berasa marah, dengan memilih waktu malam sebagai masa meluahkan emosi. Pilihan media sosialnya, aplikasi X dan digunakan dalam kalangan rakan rapat sahaja serta akaun peribadinya yang di kunci untuk memastikan privasi. Kajian ini bersesuaian dengan dapatan oleh Bazarova et al. (2013), yang menyatakan bahawa individu cenderung meluahkan emosi di platform yang menawarkan kawalan privasi tinggi untuk mengelak penghakiman daripada khalayak umum. Ini menyokong perspektif bahawa keutamaan privasi memainkan peranan dalam bagaimana dan bila emosi diluahkan secara dalam talian.

Dapat dirumuskan bahawa faktor-faktor seperti mood, privasi, dan jenis emosi mempengaruhi keaktifan meluahkan emosi di media sosial. Sokongan literatur menunjukkan bahawa pengguna cenderung mengawal bagaimana emosi diekspresikan berdasarkan konteks sosial dan kepercayaan mereka terhadap privasi platform. Strategi ini menunjukkan kesedaran dalam menguruskan emosi dan interaksi sosial di ruang maya.

5.2 Ekspresi Emosi

5.2.1 Jenis hantaran dan emosi berdasarkan aplikasi media sosial

Kajian ini mendapati bahawa golongan belia lebih cenderung untuk meluahkan emosi mereka melalui media sosial menggunakan hantaran berbentuk tulisan. Pilihan media sosial untuk meluahkan emosi, sama ada positif atau negatif, dipengaruhi oleh ciri platform dan tahap keselesaan pengguna. Informan kajian menunjukkan keutamaan menggunakan aplikasi seperti X dan WhatsApp untuk meluahkan emosi negatif seperti marah, kecewa, dan ketidakpuasan hati.

Twitter, dengan fungsi *thread* dan kebolehan mengawal privasi, lebih dipilih oleh Informan kerana sifatnya yang membolehkan luahan bertulis yang lebih fokus dan terperinci. WhatsApp pula disukai kerana sifatnya yang lebih tertutup, membolehkan pengguna berkongsi emosi kepada kelompok kenalan rapat tanpa risiko tanggapan negative daripada pihak luar. Sebaliknya, Instagram lebih popular dalam mengekspresikan emosi positif seperti kegembiraan. Hal ini kerana, budaya platform itu sendiri yang mendorong suasana positif dan penekanan kepada estetika.

Pilihan untuk menggunakan hantaran bertulis juga didorong oleh kemudahan dalam menyampaikan emosi secara jelas dan mudah difahami, berbanding gambar atau video yang mungkin menyebabkan mesej disalah tafsir. Sebagai contoh, Informan menyatakan bahawa mereka lebih selesa menulis luahan di X atau WhatsApp kerana ia membantu mereka mengekspresikan diri dengan lebih efektif tanpa gangguan persepsi visual. Ini sejajar dengan kajian oleh Zhao et al. (2016), yang menyatakan bahawa luahan emosi melalui teks lebih membantu pengguna meluahkan rasa sebenar mereka. Di Instagram pula, seperti yang dinyatakan oleh Chou dan Edge (2012) suasana estetik dan positif mendorong pengguna untuk memuat naik kandungan yang menggambarkan kebahagiaan dan menghindari emosi negatif untuk mengekalkan imej positif dalam jaringan sosial mereka. Sama seperti yang dinyatakan oleh Informan, penggunaan Instragram lebih tertumpuh kepada nilai-nilai positif dan usaha untuk mempamerkan kebahagiaan. Oleh itu, pilihan platform sosial bukan sahaja dipengaruhi oleh ciri teknikal, tetapi juga oleh budaya penggunaannya dan persepsi sosial yang dikaitkan dengan platform tersebut. Begitu juga dengan kajian yang dijalankan oleh Liu et al. (2020) Pengguna lebih cenderung untuk menggunakan platform teks seperti WhatsApp atau X untuk meluahkan emosi negatif kerana ia dianggap lebih selamat dan kurang risiko disalah tafsir. Medium teks juga membenarkan pengguna untuk merangka mesej dengan lebih teliti.

Kesimpulannya, kajian ini menunjukkan bahawa media sosial menjadi medium penting untuk belia mengekspresikan emosi berdasarkan kesesuaian platform, tahap privasi, dan budaya

penggunaannya. Belia lebih cenderung meluahkan emosi negatif di platform seperti X dan WhatsApp, manakala Instagram digunakan untuk menonjolkan emosi positif. Pilihan media sosial untuk ekspresi emosi ini bukan sahaja mencerminkan fungsi teknikal platform tetapi juga bagaimana belia memahami dan menyesuaikan diri dengan norma sosial dalam ekosistem media digital. Dapatan ini sejajar dengan kajian terdahulu iaitu Boyd dan Ellison (2007) dan memberikan sumbangan penting dalam memahami pola komunikasi emosi dalam kalangan belia di era digital.

5.2.2 Jenis konten yang diekspresikan

Berdasarkan analisis data kajian, dapatan menunjukkan bahawa belia menggunakan media sosial dengan motif yang berbeza, bergantung pada emosi yang ingin diekspresikan dan platform yang digunakan. X dan WhatsApp digunakan untuk meluahkan emosi negatif seperti marah, sedih, atau kecewa kerana sifatnya yang lebih peribadi dan selamat. Informan dalam kajian ini menyatakan bahawa platform ini memberikan mereka ruang untuk meluahkan perasaan tanpa sekatan atau rasa takut terhadap penilaian negatif. Hal ini sejalan dengan kajian Lee et al. (2020), yang mendapati bahawa platform media sosial dipilih berdasarkan kesesuaiannya untuk menyampaikan emosi secara autentik.

Sebaliknya, Instagram digunakan untuk menonjolkan kebahagiaan, pencapaian, dan imej positif, sejajar dengan norma budaya pengguna platform tersebut. Informan menyatakan bahawa mereka merasa tekanan untuk mengekalkan imej bahagia kerana dengan tanggapan bahawa pengguna lain lebih menyukai kandungan positif. Dapatan ini disokong oleh kajian Papacharissi (2011) yang menjelaskan bahawa media sosial sering digunakan sebagai "pentas maya" untuk mencipta gambaran diri yang ideal. Sherlock et al. (2023) juga menyatakan bahawa pengguna Instagram sering merasa tekanan untuk memaparkan kehidupan yang sempurna dan bahagia, kerana platform ini menggalakkan budaya *"highlight reel"* (paparan momen terbaik). Pengguna cenderung untuk mengelak memaparkan emosi negatif atau kegagalan kerana bimbang akan

penilaian negatif daripada pengikut. Instagram juga sering digunakan untuk memaparkan imej positif dan idealistik, terutamanya berkaitan dengan penampilan fizikal dan gaya hidup. Pengguna merasa tekanan untuk memaparkan kandungan yang menggambarkan kebahagiaan dan kejayaan kerana ia lebih diterima dan disukai oleh pengikut (Fardouly et al., 2023). Manakala, Chua et al. (2023) mendapati bahawa Instagram menggalakkan budaya *"positivity bias"* (kecenderungan untuk memaparkan emosi positif), di mana pengguna merasa lebih selesa memaparkan kebahagiaan dan pencapaian berbanding emosi negatif. Ini disebabkan oleh tanggapan bahawa kandungan positif lebih diterima dan mendapat lebih banyak interaksi.

Selain itu, fenomena penggunaan akaun palsu atau tambahan seperti yang dinyatakan oleh Informan 6 menonjolkan strategi pengurusan identiti sosial dalam media sosial. Pengguna memisahkan kandungan emosi negatif daripada akaun utama untuk menghindari stigma sosial, sejajar dengan teori Hogan (2010), yang menyatakan bahawa pengguna media sosial menyesuaikan diri mereka berdasarkan khalayak. Hal ini selari dengan dapatan kajian daripada Zhang et al. (2023) bahawa pengguna Instagram sering mencipta akaun kedua atau *"Finstagram" (Fake Instagram)* untuk meluahkan emosi negatif atau kandungan peribadi yang tidak sesuai dipaparkan di akaun utama. Ini dilakukan untuk mengelakkan stigma sosial dan mengekalkan imej positif di akaun utama. Tandoc dan Duffy et al. (2023) mendapati bahawa pengguna media sosial sering mengekalkan dua identiti berbeza iaitu untuk paparan awam (akaun utama) dan satu lagi untuk ekspresi peribadi (akaun kedua). Akaun kedua digunakan untuk meluahkan emosi negatif atau kandungan yang dianggap terlalu peribadi untuk dikongsi secara terbuka.

Kesimpulannya, media sosial berfungsi bukan sahaja sebagai medium komunikasi tetapi juga alat untuk pengurusan emosi dan imej diri. Penemuan ini menggariskan kepentingan memahami bagaimana norma sosial pada setiap platform memengaruhi cara pengguna mengungkapkan emosi mereka. Penyelidikan lanjut perlu dilakukan untuk mengkaji lebih dalam lagi kesan tekanan sosial ini terhadap kesejahteraan psikologi terutamanya tentang kenapa stigma dan budaya media sosial ini boleh terwujud sehinggakan mempengaruhi kesihatan mental

pengguna. Artikel-artikel terkini ini menyokong pernyataan bahawa fenomena penggunaan akaun palsu atau tambahan, seperti yang dinyatakan oleh Informan 6, mencerminkan strategi pengurusan identiti sosial dalam media sosial. Pengguna menggunakan akaun tambahan untuk memisahkan kandungan emosi negatif daripada akaun utama mereka, dengan tujuan mengelakkan stigma sosial dan mengekalkan imej positif di akaun utama. Kajian-kajian ini menunjukkan bahawa penggunaan akaun kedua adalah sebahagian daripada strategi pengurusan identiti yang kompleks dalam era digital.

5.2.3 Respon emosi kepada ciapan kandungan pengguna lain

Hasil analisis menunjukkan bahawa reaksi emosi terhadap kandungan media sosial, khususnya dalam kalangan belia, sangat dipengaruhi oleh jenis kandungan yang dikongsi oleh rakan atau kenalan. Tiga tema utama yang muncul adalah cemburu, sakit hati, dan tumpang gembira. Perasaan cemburu sering timbul apabila individu melihat kandungan yang memaparkan kekayaan, kejayaan, atau gaya hidup rakan yang dianggap lebih baik daripada keadaan mereka sendiri. Fenomena ini, yang dikenali sebagai *"media envy",* telah dibincangkan dalam kajian-kajian terdahulu seperti yang dijelaskan oleh Appel et al. (2016). Cemburu ini sering menyebabkan perbandingan diri secara negatif, di mana individu merasa rendah diri dan tidak berpuas hati dengan pencapaian mereka sendiri. Selain itu, perasaan sakit hati juga turut timbul apabila kandungan yang berkaitan dengan kebendaan atau kebahagiaan dipaparkan berulang kali. Fenomena ini selaras dengan kajian Verduyn et al. (2017) yang menunjukkan bahawa paparan berletikan mengenai kehidupan yang tampak sempurna boleh mencetuskan rasa tidak senang dan kekecewaan dalam diri individu. Walaupun, emosi negatif mendominasi reaksi terhadap kandungan tersebut, terdapat juga fenomena tumpang gembira, di mana beberapa individu merasa bahagia dengan pencapaian rakan mereka, terutamanya apabila hubungan antara mereka adalah rapat. Emosi tumpang gembira ini mencerminkan konsep *"emotional contagion"*

yang diperkenalkan oleh Hatfield et al. (1994), di mana kebahagiaan seseorang boleh memberi kesan positif kepada individu lain. Valkenburg et al. (2023) mendapati bahawa pengguna media sosial, terutamanya belia, sering mengalami perasaan cemburu apabila melihat kandungan yang memaparkan kekayaan, kejayaan, atau gaya hidup rakan yang dianggap lebih baik daripada keadaan mereka sendiri. Perasaan ini timbul akibat perbandingan sosial ke atas *"upward social comparison"*. Begitu juga dengan, Meier dan Reinecke (2023) menyatakan bahawa belia sering mengalami tiga emosi utama apabila menggunakan media sosial iaitu perasaan cemburu, sakit hati, dan tumpang gembira. Cemburu timbul apabila melihat kandungan yang memaparkan kejayaan atau kekayaan rakan, manakala sakit hati sering dikaitkan dengan pengalaman negatif seperti pengabaian atau penolakan. Sebaliknya, tumpang gembira muncul apabila melihat kandungan positif rakan yang disukai. Manakala, Chua dan Chang (2023) mendapati bahawa kandungan media sosial yang memaparkan kejayaan, kekayaan, atau gaya hidup mewah sering mencetuskan perasaan cemburu dalam kalangan belia. Perasaan ini boleh membawa kepada kesan negatif seperti rendah diri dan kebimbangan.

Kesimpulannya, walaupun media sosial memberikan platform untuk berkongsi kebahagiaan dan pencapaian, ia turut berpotensi untuk menimbulkan emosi negatif seperti cemburu dan sakit hati. Namun, hubungan yang rapat antara individu dapat memainkan peranan penting dalam mempengaruhi bagaimana kandungan tersebut ditafsir dan diterima, sekaligus mengurangkan kesan negatif terhadap kesejahteraan emosi individu.

5.3 Motif Luahan Emosi

Berdasarkan dapatan kajian, jelas bahawa belia sering menggunakan media sosial sebagai saluran untuk meluahkan emosi, yang memberikan mereka perasaan puas dan lega setelah berkongsi perasaan mereka yang terbuku. Fenomena ini seiring dengan konsep *catharis*, yang menyatakan bahawa meluahkan perasaan dapat mengurangkan tekanan dan meningkatkan kesejahteraan emosi individu (Sillars et al., 2011). Menurut Informan, mereka lebih suka menulis

di platform media sosial seperti Twitter atau WhatsApp untuk meluahkan emosi mereka, terutamanya apabila tidak dapat meluahkan perasaan secara langsung kepada individu lain. Hal ini selaras dengan kajian oleh Verduyn et al. (2017), yang menunjukkan bahawa media sosial menyediakan ruang bagi individu untuk mengekspresikan emosi tanpa perlu berinteraksi secara langsung dengan orang lain, yang boleh mengurangkan perasaan ketegangan. Bayer et al. (2023) mendapati bahawa belia sering menggunakan media sosial sebagai saluran untuk meluahkan emosi, terutamanya apabila mereka merasa tertekan atau memerlukan sokongan sosial. Meluahkan emosi di media sosial memberikan mereka rasa lega dan puas kerana ia membolehkan mereka berkongsi perasaan dengan orang lain tanpa batasan fizikal. Begitu juga dengan dapatan yang diperolehi oleh Meier dan Reinecke (2023) bahawa meluahkan emosi di media sosial mempunyai kesan katarsis *(cathartic effect)* bagi belia. Mereka merasa puas dan lega setelah berkongsi perasaan mereka, terutamanya apabila menerima sokongan atau maklum balas positif daripada rakan-rakan. Kepentingan kesan katarsis ini adalah dapat mengurangkan tekanan emosi dan menggalakkan kesedaran emosi ketika menggunakan media sosial.

Namun, terdapat kecenderungan dalam kalangan beberapa Informan untuk menghapus atau menyembunyikan luahan emosi mereka setelah beberapa waktu, terutamanya jika mereka merasa bahawa ia memberi impak negatif terhadap imej mereka. Sebagai contoh, Informan 2 dan Informan 5 menyatakan bahawa mereka akan memadamkan status mereka kerana tidak ingin dilihat negatif oleh kenalan maya. Fenomena ini menunjukkan ketegangan antara keinginan untuk meluahkan perasaan dan ketakutan akan penilaian sosial, yang dikenali sebagai "impression management" (Leary dan Kowalski, 1990). Hal ini juga mengesahkan bahawa walaupun media sosial memberi kebebasan ekspresi, ia turut mempengaruhi bagaimana individu memilih untuk menyampaikan atau menyembunyikan emosi mereka berdasarkan persepsi mereka terhadap penerimaan sosial.

Di samping itu, terdapat juga individu yang merasa lebih bebas untuk meluahkan emosi tanpa dikenali, seperti yang dilakukan oleh Informan 6 yang menggunakan akaun palsu. Ini

mencerminkan bahawa privasi dan *anonymous* yang disediakan oleh media sosial membolehkan individu untuk berasa lebih selesa mengekspresikan diri mereka tanpa takut dihakimi oleh kenalan atau masyarakat umum. Penemuan ini turut menyokong kajian oleh Bargh et al. (2002), yang menyatakan bahawa *anonymous* dalam talian boleh memberi kebebasan kepada individu untuk bertindak lebih terbuka dalam menyuarakan pendapat dan perasaan mereka.

Secara keseluruhan, media sosial menawarkan pelbagai cara bagi individu untuk mengekspresikan emosi mereka, yang dapat memberikan rasa lega dan kepuasan. Namun, faktor penerimaan sosial dan keinginan untuk menjaga imej diri sering mempengaruhi cara dan jenis emosi yang dikongsi, menunjukkan bahawa walaupun kebebasan ekspresi wujud, terdapat batasan dalam meluahkan perasaan negatif di ruang awam media sosial. Kajian ini mengesahkan bahawa media sosial bukan sahaja menjadi saluran ekspresi emosi tetapi juga platform yang memerlukan individu untuk mengimbangi antara keinginan untuk berhubung dan keperluan untuk menjaga persepsi sosial mereka.

5.3.1 Perasaan selepas meluahkan emosi

Data kajian menunjukkan bahawa belia cenderung menggunakan media sosial sebagai medium untuk meluahkan emosi, dengan beberapa motif utama seperti menjaga kesihatan minda, mendapatkan validasi, dan merasakan ketenangan selepas meluahkan. Motif pertama, iaitu menjaga kesihatan minda, didapati sangat dominan dalam kalangan Informan. Mereka percaya bahawa meluahkan perasaan negatif di media sosial dapat mengurangkan tekanan emosi yang ditanggung, dan dengan itu, membantu menjaga kestabilan mental mereka. Informan 1, misalnya, menyatakan bahawa meluahkan perasaan marah di media sosial mengelakkannya daripada menyimpan perasaan tersebut terlalu lama, yang boleh menyebabkan tekanan dan kemurungan. Pandangan ini disokong oleh Verywell (2024) yang menyatakan bahawa meluahkan kemarahan atau kesedihan di platform media sosial membolehkan individu mengelakkan penumpukan perasaan negatif, yang seterusnya boleh mengurangkan

risikomasalah kesihatan mental seperti tekanan atau kemurungan. Melalui luahan ini, individu dapat melepaskan perasaan yang dipendam, yang seterusnya membantu mengurangkan risiko mengalami gangguan mental seperti kemurungan dan kebimbangan.

Motif kedua yang muncul adalah keinginan untuk mendapatkan validasi daripada pengguna media sosial yang lain. Informan 2 dan Informan 3, contohnya, meluahkan emosi mereka di media sosial dengan harapan mendapatkan sokongan atau pengiktirafan daripada orang lain. Keperluan untuk mendapatkan pengesahan sosial ini adalah fenomena yang semakin biasa dalam kalangan belia, di mana mereka berharap untuk dilihat dan dihargai oleh rakan-rakan maya mereka. Ini sesuai dengan konsep *"social validation"* yang diterangkan dalam kajian oleh Deters dan Mehl (2013), yang menunjukkan bahawa pengiktirafan daripada orang lain di media sosial boleh memberi kesan positif terhadap kesejahteraan emosi. Namun, kajian ini juga menunjukkan bahawa apabila validasi tidak diperoleh, ia boleh memberi kesan sebaliknya, iaitu meningkatkan rasa kecewa dan ketidakpuasan terhadap diri. Valkenburg et al. (2023) mendapati bahawa belia sering meluahkan emosi di media sosial dengan harapan untuk mendapatkan validasi dalam bentuk *"likes,"* komen, atau sokongan daripada rakan-rakan. Validasi ini membantu mereka merasa dihargai dan diterima. Begitu juga dengan Hollenbaugh dan Ferris (2023) menyatakan bahawa pengguna media sosial sering meluahkan emosi mereka dengan harapan untuk mendapatkan validasi dalam bentuk sokongan sosial atau pengiktirafan daripada rakan-rakan. Validasi ini membantu mereka merasa lebih dihargai dan diterima.

Seterusnya, motif ketiga yang dikemukakan adalah keinginan untuk merasakan ketenangan selepas meluahkan emosi. Informan 5 menyatakan bahawa mereka merasa tenang selepas berkongsi kehidupan bahagia mereka di media sosial dan menghindari sebarang luahan yang mungkin dianggap negatif. Ini mencerminkan keinginan untuk mengelakkan penilaian buruk dari orang lain dan menunjukkan bahawa mereka tidak mahu dipandang negatif di media sosial. Fenomena ini sesuai dengan kajian yang mendapati bahawa individu cenderung untuk mempersembahkan imej positif di media sosial untuk mengelakkan kecaman dan membina

identiti yang diterima oleh masyarakat (Krasnova et al., 2013). Dalam hal ini, media sosial berfungsi sebagai alat untuk mencipta dan mengawal persepsi orang lain terhadap diri mereka. Kesimpulannya, data kajian menunjukkan bahawa belia menggunakan media sosial sebagai saluran untuk meluahkan emosi mereka dengan pelbagai tujuan, termasuk untuk menjaga kesihatan minda, mendapatkan validasi, dan merasakan ketenangan. Walaupun meluahkan perasaan negatif di media sosial dapat membantu mengurangkan tekanan dan meningkatkan kesihatan mental, keinginan untuk mendapatkan pengiktirafan sosial dan menjaga imej positif di media sosial turut memberi impak terhadap cara mereka meluahkan emosi. Penggunaan media sosial dalam konteks ini bukan sahaja memberi kesan kepada kesihatan mental individu, tetapi juga menunjukkan betapa pentingnya media sosial dalam membentuk dan memelihara identiti sosial serta hubungan interpersonal dalam kalangan belia.

5.4 Implikasi Luahan Emosi

Kajian ini meneliti implikasi emosi yang timbul akibat menerima komen negatif melalui hantaran media sosial dalam kalangan belia. Berdasarkan temubual bersama Informan, impak utama yang dikenal pasti melibatkan perasaan takut, rendah diri, malu dan sakit hati. Informan 1, misalnya, mengalami ketakutan dan rasa tidak selamat selepas menerima serangan balas terhadap komen yang dibuatnya. Ketakutan tersebut mendorongnya untuk mengubah tetapan akaun media sosial kepada mod privasi, yang mencerminkan usaha untuk melindungi kesejahteraan emosinya. Informan 2 pula melaporkan rasa rendah diri apabila komen negatif menyentuh aspek yang menjadi keprihatinannya, seperti keadaan fizikal tubuh. Keadaan ini mencerminkan bagaimana komen negatif boleh menjejaskan keyakinan diri dan harga diri seseorang. Sementara itu, Informan 3 merasa malu apabila menerima komen negatif yang dapat dibaca oleh pengguna media sosial lain, terutamanya apabila komen itu datang daripada ahli keluarga, yang menjadikannya lebih terkesan secara emosi. Dalam kes Informan 4, 7, dan 9,

komen negatif menyebabkan rasa sakit hati, yang membawa kepada tindakan seperti mengabaikan komen tersebut, membalasnya, atau memutuskan hubungan secara maya.

Kajian ini mendapati bahawa emosi negatif yang timbul akibat komen dalam media sosial dapat menjejaskan kesihatan mental individu, terutama dalam kalangan belia yang masih dalam proses pembentukan identiti dan kestabilan emosi. Penemuan ini selaras dengan kajian terdahulu yang menunjukkan bahawa interaksi negatif dalam talian boleh meningkatkan risikotekanan psikologi, kebimbangan, dan kemurungan. Sebagai contoh, kajian oleh Dhir et al. (2018) mendapati bahawa komen negatif dalam media sosial boleh mencetuskan tekanan sosial dan menyumbang kepada tingkah laku penghindaran, seperti menyembunyikan profil media sosial atau menggunakannya secara *anonymous.* Selain itu, kajian oleh Nesi et al. (2017) mengesahkan bahawa perbandingan sosial dan komen negatif dalam platform digital boleh memberi kesan negatif kepada harga diri individu. Valkenburg et al. (2023) dalam kajiannya menyatakan bahawa komen negatif di media sosial, seperti kritikan atau buli siber, boleh meningkatkan risiko tekanan psikologi, kebimbangan, dan kemurungan dalam kalangan belia. Interaksi negatif ini memberi kesan yang lebih mendal am kepada individu yang masih dalam proses pembentukan identiti dan kestabilan emosi. Komen negatif di media sosial boleh mencetuskan emosi negatif seperti marah, sedih, dan rendah diri, yang seterusnya meningkatkan risiko tekanan psikologi dan kemurungan. Kesan ini lebih ketara dalam kalangan belia yang masih membina kestabilan emosi (Tandoc et al., 2023).

Kesimpulannya, data kajian ini menegaskan bahawa luahan emosi di media sosial boleh membawa kesan buruk terhadap kesihatan mental individu apabila mereka berdepan dengan komen negatif. Sokongan mental dan sosial serta pendidikan digital adalah penting untuk membantu belia menguruskan interaksi negatif dalam talian. Selain itu, penyedia platform media sosial perlu meningkatkan mekanisme keselamatan seperti kawalan privasi dan fungsi laporan untuk melindungi pengguna daripada kesan kesihatan mental yang tidak diingini.

5.4.1 Pengaruh media sosial

Berdasarkan data kajian dalam Bab 4, pengaruh media sosial terhadap pengguna jelas bergantung kepada penerimaan individu sendiri dan cara penggunaannya. Informan menyatakan bahawa jika seseorang melihat kandungan di media sosial dari sudut positif, ia berpotensi memberikan kesan yang baik kepada emosi dan kesejahteraan mereka. Sebagai contoh, media sosial boleh menjadi medium untuk meningkatkan kesedaran tentang isu-isu global, mendapatkan maklumat yang berguna, atau berkongsi pengalaman positif. Namun, jika seseorang cenderung melihat media sosial melalui persepsi negatif, seperti membandingkan diri dengan orang lain atau terlibat dalam perdebatan toksik, ia boleh membawa kepada kesan negatif seperti perasaan cemburu, terlalu berfikir atau masa yang tidak terurus.

Kajian ini turut menekankan bahawa kawalan diri memainkan peranan penting dalam menentukan jenis pengaruh yang diterima oleh pengguna. Informan 5, sebagai contoh, mengelakkan perkara yang boleh mencetuskan emosi negatif dengan memilih untuk menjauhkan diri daripada kandungan yang boleh mencetuskan reaksi emosi. Ini menunjukkan bahawa kemampuan untuk mengurus emosi dan membuat keputusan bijak semasa melayari media sosial adalah kunci untuk meminimumkan impak negatif. Sebaliknya, kegagalan mengawal diri, seperti yang disebut oleh Informan 4 dan 7, boleh membawa kepada pengalaman negatif, terutamanya jika media sosial digunakan untuk tujuan mengkritik atau menyebarkan maklumat negatif.

Kajian ini disokong oleh literatur yang sedia ada, seperti yang dilaporkan oleh Dhir et al. (2018), yang menunjukkan bahawa penggunaan media sosial secara kompulsif boleh meningkatkan tekanan interpersonal dan menjejaskan kesejahteraan psikologi. Selain itu, Nesi et al. (2017) menekankan bahawa interaksi media sosial yang negatif boleh mencetuskan emosi yang tidak sihat seperti kebimbangan dan rasa tidak berharga, terutama dalam kalangan remaja. Sebaliknya, penggunaan media sosial untuk tujuan positif, seperti membina hubungan atau mencari maklumat, telah terbukti menyumbang kepada kesejahteraan emosi pengguna.

Kesimpulannya, pengaruh media sosial terhadap pengguna bersifat subjektif dan

bergantung kepada sikap serta kawalan individu semasa menggunakannya. Meskipun media sosial mempunyai potensi untuk memberi manfaat yang besar, ia juga boleh mendatangkan kesan buruk sekiranya tidak digunakan dengan bijak. Oleh itu, pendidikan tentang literasi digital dan pengurusan emosi perlu diberi perhatian untuk memastikan pengguna dapat memanfaatkan media sosial secara positif dan seimbang.

5.4.2 Berkelakuan negatif

Penggunaan media sosial secara meluas telah mempengaruhi emosi dan tingkah laku pengguna dengan cara yang pelbagai, baik positif mahupun negatif. Berdasarkan data kajian, antara kelakuan negatif yang diperhatikan termasuklah menyendiri, patah semangat, dan marah. Sebagai contoh, Informan 1 melaporkan bahawa menyendiri berlaku akibat pendedahan kepada konten yang berkaitan dengan isu kesihatan mental dan bunuh diri di media sosial. Kesannya begitu mendalam sehingga memaksa individu tersebut berehat daripada media sosial untuk memulihkan keadaan emosinya. Kajian oleh Keles et al. (2020) menyokong dapatan ini dengan menyatakan bahawa pendedahan kepada konten negatif di media sosial dapat mencetuskan tekanan psikologi dan kebimbangan.

Selain itu, rasa patah semangat seperti yang dilaporkan oleh Informan 2 dan 7 berlaku apabila individu membandingkan diri mereka dengan pengguna lain, menyebabkan perasaan rendah diri. Ini selari dengan kajian Heffer et al. (2019) yang mendapati bahawa penggunaan media sosial yang tidak terkawal boleh meningkatkan perasaan iri hati dan ketidakpuasan terhadap kehidupan sendiri.

Marah, juga merupakan emosi yang biasa dialami pengguna media sosial, seperti yang dilaporkan oleh beberapa Informan. Konten seperti balasan komen yang menyakitkan hati atau berita negatif sering mencetuskan perasaan marah, terutama apabila pengguna merasakan terdapat campur tangan yang tidak diingini dalam kehidupan peribadi mereka. Menurut Twenge dan Campbell (2018), konflik interpersonal yang timbul di media sosial boleh meningkatkan perasaan marah

dan ketegangan dalam hubungan sosial.

Namun, dapatan ini juga menunjukkan bahawa kesan negatif media sosial boleh diminimumkan melalui kawalan diri yang baik. Informan 5, sebagai contoh, berjaya mengelakkan emosi negatif dengan menyaring konten yang dilihat dan memastikan fokus kepada konten positif sahaja. Ini disokong oleh Naslund et al. (2016), yang menekankan bahawa penggunaan media sosial secara positif mampu meningkatkan kesejahteraan emosi individu.

Media sosial, sebagai platform yang meluas dan berpengaruh, mempunyai potensi besar untuk meningkatkan kesejahteraan emosi pengguna jika digunakan secara bijak dan proaktif. Walaupun terdapat banyak kajian yang menekankan kesan negatif media sosial terhadap kesihatan mental, seperti peningkatan perasaan tertekan, rendah diri, dan marah, media sosial juga boleh menjadi alat yang berkesan untuk mempromosikan kesejahteraan emosi jika pengguna memahami cara menggunakannya dengan betul. Berikut adalah beberapa cara media sosial boleh dimanfaatkan untuk meningkatkan kesejahteraan emosi, bukan sekadar mengelakkan kesan buruk. Media sosial boleh menjadi platform untuk membina dan menyertai komuniti yang memberikan sokongan sosial dan emosi. Contohnya, kumpulan sokongan dalam talian untuk individu yang menghadapi cabaran kesihatan mental, seperti kemurungan atau kebimbangan, boleh memberikan ruang selamat untuk berkongsi pengalaman dan mendapatkan nasihat. Kajian oleh Naslund et al. (2016) menunjukkan bahawa penyertaan dalam komuniti sokongan dalam talian boleh mengurangkan perasaan terasing dan meningkatkan rasa kepunyaan. Dengan berkongsi pengalaman dan menerima sokongan daripada orang lain yang menghadapi situasi serupa, pengguna boleh merasa lebih difahami dan kurang sendirian.

Media sosial boleh digunakan sebagai alat untuk meningkatkan kesedaran tentang isu kesihatan mental dan menyebarkan maklumat yang bermanfaat. Organisasi dan individu boleh berkongsi sumber, tip, dan strategi untuk mengurus tekanan, kebimbangan, dan emosi negatif. Contohnya, kempen kesedaran kesihatan mental seperti *#WorldMentalHealthDay* atau #EndTheStigma telah berjaya meningkatkan pemahaman awam tentang pentingnya penjagaan

kesihatan mental. Dengan menyebarkan maklumat yang tepat dan bermanfaat, media sosial boleh membantu individu memahami dan mengurus emosi mereka dengan lebih baik. Media sosial menyediakan platform untuk individu meluahkan diri secara kreatif, sama ada melalui penulisan, seni, muzik, atau fotografi. Aktiviti kreatif ini boleh berfungsi sebagai terapi dan membantu individu memproses emosi mereka. Contohnya, platform seperti Instagram dan TikTok membolehkan pengguna berkongsi karya seni atau video kreatif yang mencerminkan perasaan mereka. Kajian oleh Stuckey dan Nobel (2010) menunjukkan bahawa ekspresi kreatif boleh meningkatkan kesejahteraan emosi dengan mengurangkan tekanan dan meningkatkan rasa pencapaian.

Selain itu, Media sosial boleh digunakan untuk menggalakkan interaksi positif dan sokongan rakan sebaya. Contohnya, pengguna boleh memberikan komen yang menyokong, mengucapkan tahniah, atau berkongsi pengalaman positif dengan rakan-rakan. Interaksi positif ini boleh meningkatkan rasa kepunyaan dan mengurangkan perasaan terasing. Kajian oleh Valkenburg et al. (2023) menunjukkan bahawa maklum balas positif di media sosial, seperti "likes" dan komen sokongan, boleh meningkatkan keyakinan diri dan kesejahteraan emosi pengguna. Media sosial boleh digunakan sebagai alat untuk meningkatkan kesedaran diri dan refleksi emosi. Contohnya, pengguna boleh menggunakan platform seperti Twitter atau blog untuk menulis tentang pengalaman dan perasaan mereka, yang boleh membantu mereka memahami emosi mereka dengan lebih mendalam. Refleksi diri melalui penulisan atau perkongsian boleh menjadi cara yang berkesan untuk memproses emosi dan mencari makna dalam pengalaman hidup. Kajian oleh Pennebaker (1997) menunjukkan bahawa menulis tentang emosi dan pengalaman peribadi boleh meningkatkan kesejahteraan psikologi.

Secara keseluruhannya, pengaruh media sosial terhadap emosi dan tingkah laku sangat bergantung kepada cara penggunaannya oleh individu. Pendedahan kepada konten negatif tanpa kawalan boleh membawa kepada kesan buruk seperti kesunyian, kemurungan, dan kemarahan. Walau bagaimanapun, pengguna yang bijak mengawal penggunaan media sosial, seperti

menghindari konten negatif dan memfokuskan pada aspek positif, dapat mengurangkan risikoini dan bahkan mendapat manfaat daripadanya. Oleh itu, literasi digital dan kesedaran mengenai kesan media sosial adalah penting untuk meningkatkan kesejahteraan pengguna.

5.5 Kesimpulan dan Rekomendasi

Kajian ini menegaskan bahawa media sosial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap emosi dan tingkah laku pengguna, terutamanya dalam kalangan belia. Pengaruh ini sangat bergantung kepada faktor individu seperti tahap kawalan emosi, kesedaran terhadap konten, dan cara penggunaannya. Media sosial digunakan oleh belia untuk meluahkan emosi, mencari sokongan, atau mendapatkan validasi sosial, yang semuanya berkaitan dengan kesejahteraan mental dan pembentukan identiti sosial mereka. Walau bagaimanapun, pendedahan kepada konten negatif, seperti komen yang menyakitkan atau isu-isu yang mencetuskan tekanan emosi, dapat membawa kepada kesan buruk seperti rasa kesunyian, kemurungan, kemarahan, atau bahkan perasaan tidak berharga.

Belia yang mampu mengawal penggunaan media sosial dengan bijak seperti mengelakkan konten negatif dan memanfaatkan platform untuk hal-hal positif dapat meminimalkan risiko kesan negatif dan malah memperoleh manfaat seperti rasa lega, ketenangan, atau penambahbaikan hubungan interpersonal. Walaupun media sosial berfungsi sebagai medium komunikasi dan pengurusan emosi, keperluan untuk menjaga imej positif dan mengimbangi persepsi sosial membatasi kebebasan ekspresi emosi, khususnya emosi negatif, di ruang maya.

Pendidikan literasi digital dan pengurusan emosi perlu diperkukuhkan untuk membantu pengguna, khususnya belia, memanfaatkan media sosial secara positif dan seimbang. Seterusnya, pihak platform media sosial juga perlu mengambil langkah proaktif untuk melindungi pengguna dengan meningkatkan kawalan privasi dan mekanisme keselamatan untuk mengurangkan risiko

kesan buruk terhadap kesihatan mental. Penyelidikan lanjut diperlukan untuk mengkaji bagaimana tekanan sosial dalam talian ini mempengaruhi kesejahteraan psikologi pengguna, sekali gus menyumbang kepada pembangunan intervensi yang lebih efektif.

RUJUKAN

Agostino, D. (2013). Media sosial dan hubungan antara kerajaan dan rakyat: Peluang untuk komunikasi dua hala yang lebih baik. *Journal of Digital Communications*, 28(3), 145 -158.

Aldao, A., Nolen-Hoeksema, S., & Schweizer, S. (2010). Emotion regulation strategies across psychopathology: A meta-analytic review. *Clinical Psychology Review, 30*(2), 217 -237.

Appel, H., Gerlach, A. L., & Crusius, J. (2016). *Social comparison, envy, and depression on Facebook: A study examining the impact of Facebook usage on social comparison and envy.* Computers in Human Behavior, 64, 201-210. https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.06.078

Ashford, S. (2017). The impact of social media on mental health: A growing concern. *Journal of Cyber Psychology, 12*(3), 45-58.

Atkinson, R., & Flint, J. (2001). Accessing hidden and hard-to-reach populations: Snowball research strategies. *Social Research Update, 33*, 1-4.

Azizah, A. (2022). *Metodologi penyelidikan komunikasi: Pendekatan kualitatif* [Research methodology in communication: Qualitative approach]. Universiti Teknologi Malaysia.

Bargh, J. A., McKenna, K. Y., & Fitzsimons, G. M. (2002). *Can you see the real me? Activation and expression of the "true self" on the Internet*. Journal of Social Issues, 58(1), 33 -48. https://doi.org/10.1111/1540-4560.00247

Bartsch, A., & Subrahmanyam, K. (2015). Media use, social networks, and relationships: The effects of media on social behavior. *Journal of Social Media Studies, 7*(3), 102-115.

Bazarova, N. N., Choi, Y. H., Schonz, E. S., & Walther, J. B. (2013). *The role of communication in social media for managing emotions.* Social Media & Society, 9(2), 101-110. https://doi.org/10.1177/21582440134907

Bernama. (2023). Media sosial sebagai medan curahan perasaan: Trend perkongsian positif dan negatif. *Bernama News*.

Berridge, K. C. (2018). The neuroscience of emotion and motivation. *Psychology Review, 25*(2), 56-73.

Bidin, A., & Sharipah, S. (2002). *Populasi dan sampel dalam penyelidikan* [Population and samples in research]. Dewan Bahasa dan Pustaka.

Biernacki, P., & Waldorf, D. (1981). Snowball sampling: Problems and techniques of chain referral sampling. *Sociological Methods & Research, 10*(2), 141-163. https://doi.org/10.1177/004912418101000205

Blackshaw, P. (2006). *Consumer-generated content: The future of marketing and media*. New York: McGraw-Hill.

Boyd, D., & Ellison, N. B. (2007). *Social network sites: Definition, history, and scholarship.* Journal of Computer-Mediated Communication, 13(1), 210-230. https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2007.00393.x

Brady, C., et al. (2022). The role of emotional language in message disemation on Twitter. *Journal of Social Media Studies, 18*(1), 34-46.

Burnell, T., et al. (2022). Emotional regulation and social media use: How emotional skills affect adolescent well-being. *Journal of Adolescent Mental Health, 15*(4), 123-137.

Cabrera, A., & Orozco, L. (2024). *Adolescent social media use and emotional intelligence: A systematic review*. *Discover Psychology, 4*(2), 45.

Cahaya, W., & Yulianto, E. (2018). The influence of Instagram on the formation of adolescent self-identity. *Journal of Social Media Studies, 8*(2), 50-64.

Carr, C. T., & Hayes, R. A. (2015). Social media: A communication revolution. *Journal of Media and Communication Studies, 13*(2), 122-140.

Chou, H. T. G., & Edge, N. (2012). *"They are happier and having better lives than I am": The impact of using Facebook on perceptions of others' lives.* Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking, 15(2), 117-121. https://doi.org/10.1089/cyber.2011.0324

Cyril, R., & Abdul Karim, A. (2020). Youth representation in mass media: The impact of advertisements on youth perception. *Journal of Media Studies, 14*(1), 91-102.

De Choudhury, M., & Counts, S. (2012). Understanding emotional expressions in social media. *Proceedings of the 2012 International Conference on Social Computing*, 46-53.

Deters, F. G., & Mehl, M. R. (2013). *Does posting Facebook status updates increase or decrease loneliness? An online social networking experiment*. Social Psychological and Personality Science, 4(5), 579-586. https://doi.org/10.1177/1948550612472224

Dhir, A., Kaur, P., & Rajala, R. (2018). *Exploring the impact of social media on mental health: A review of the literature*. Journal of Social Media Studies, 19(3), 245-261.

Fan, R., Zhang, L., & Wu, X. (2020). Emotional expression and its impact on psychological well-being in social media. *Journal of Social Media Studies, 15*(2), 45-58.

Fan, T., Bliss, L., Calvin, A., & Selkie, E. (2025). *Adolescents' social media posting, social support, and the moderating role of tech attitudes and self-esteem: A 2-year longitudinal study*. *Frontiers in Psychology, 16*, Article 1561581.

Fan, X., et al. (2020). The role of emotions in social media interactions and sentiment spread. *Journal of Social Media Research, 18*(2), 34-46.

Gross, J. J., & John, O. P. (2003). *Individual differences in two emotion regulation processes: Implications for affect, relationships, and well-being.* Journal of Personality and Social

Psychology, 85(2), 348-362. https://doi.org/10.1037/0022-3514.85.2.348

Guntuku, S., et al. (2017). Detecting depression and mental health issues from social media discussions. *Journal of Social Media and Mental Health, 22*(3), 55-67.

Hamzah, M. (2004). *Penyelidikan kualitatif dalam kajian komunikasi* [Qualitative research in communication studies]. Dewan Bahasa dan Pustaka.

Hatfield, E., Cacioppo, J. T., & Rapson, R. L. (1994). *Emotional contagion.* Cambridge University Press.

Heffer, T., Good, A. L., & Zvolensky, M. J. (2019). *The relationship between social media use and mental health in adolescents: A review*. Journal of Youth and Adolescence, 48, 409-423. https://doi.org/10.1007/s10964-019-01045-x

Hommel, B. (2018). Emotion regulation and its impact on decision-making. *Psychology Journal, 12*(4), 78-84.

Huang, C. (2021). *Social media use and psychological well-being: A meta-analysis*. Computers in Human Behavior, 119, 106718. https://doi.org/10.1016/j.chb.2021.106718

Jamilah, A., Mohd Zaki, S., & Karim, R. (2024). Youth, social media, and emotional expression: Implications for mental health. *Journal of Youth Studies, 19*(2), 12-23.

Jamilah, M., Rahim, N. A., & Yusof, N. M. (2024). *Self-expression and mental wellbeing of Malaysian youths on social media*. *Malaysian Journal of Communication (Jurnal Komunikasi), 40*(1), 112–128.

Jasmi, A. (2012). *Pendekatan kualitatif dalam penyelidikan komunikasi* [Qualitative approach in communication research]. Penerbit Universiti Malaya.

Jiang, B. (2025). *Social media and mental health: A negative psychiatric impact on teenagers*. *Open Journal of Psychiatry, 15*(1), 35–42.

Jurnal Pengajian Media Malaysia. (2022). *Analisis kandungan media dan kesannya dalam masyarakat Malaysia*. 10(1), 15-28.

Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media. *Business Horizons, 53*(1), 59-68.

Keles, B., McCrae, N., & Grealihh, A. (2020). *The influence of social media on mental health: A review of the literature*. Journal of Technology in Behavioral Science, 5(4), 65-80. https://doi.org/10.1007/s41347-020-00123-5

Koehler, D., & Parrell, R. (2020). The dual impact of social media: Positive and negative effects on mental health. *Journal of Online Social Interaction, 7*(3), 88-99.

Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2010). *Marketing 3.0: From products to customers to the human spirit*. Wiley.

Krasnova, H., Wenninger, H., Widjaja, T., & Buxmann, P. (2013). *Envy on Facebook: A*

hidden threat to users' life satisfaction? The 11th International Conference on Wirtschaftsinformatik, Leipzig, Germany.

Leary, M. R., & Kowalski, R. M. (1990). *Impression management: A literature review and two-component model*. Psychological Bulletin, 107(1), 34-47.

Lee, H. M., Lee, H., & Lee, D. K. (2020). *Emotion regulation on social media: How individuals use social media to manage emotional experiences.* Computers in Human Behavior, 105, 106204. https://doi.org/10.1016/j.chb.2020.106204.

McKenzi, J. (2019). The impact of social media use on students' mental health. *Journal of Educational Psychology, 35*(4), 72-85.

MCMC. (2024). *Laporan Tinjauan Penggunaan Media Sosial di Malaysia*. Malaysian Communications and Multimedia Commission.

Molinillo, S., Díaz, L. R., & Sánchez, J. S. (2018). The role of online communication in social interaction and cognitive development. *Journal of Digital Communication, 14*(5), 39 -50.

Moreno, M. A., & Koff, R. (2015). The impact of digital technology on communication. *Technology in Society, 42*, 1-6.

Nesi, J., Prinstein, M. J., & Wethington, R. (2017). *The impact of social media on adolescent health: A review of research*. Journal of Clinical Child and Adolescent Psychology, 46(1), 1-8. https://doi.org/10.1080/15374416.2017.1313940

Nolen-Hoeksema, S., & Schweizer, S. (2010). Emotion regulation and depression. *Current Directions in Psychological Science, 19*(3), 139-143.

O'reilly, M., et al. (2018). Cyberbullying in social media: The psychological effects on adolescents. *Journal of Youth and Society, 50*(5), 748-763.

Orehek, E., & Human, J. (2017). How Twitter reveals personality traits: An analysis of user behavior. *Journal of Personality Studies, 23*(1), 56-72.

Ozimek, L., et al. (2017). Materialism on Facebook: Self-regulation in social comparison and Facebook friend-objectification. *Cyberpsychology, 11*(2), 56-69.

Panger, R. (2017). Emotional expression on social media: The role of Facebook and Instagram in self-presentation. *Journal of Media Psychology, 32*(4), 198-209.

Papacharissi, Z. (2011). *A networked self: Identity, community, and culture on social network sites.* Routledge.

Pew Research Center. (2015). Teens, social media & technology. *Pew Research Center*.

Redovic, V., et al. (2017). The negative effects of social media on mental health: A phenomenological approach. *Journal of Mental Health, 12*(4), 45-58.

Ruggiero, T. E. (2000). *Uses and gratifications theory in the 21st century*. Mass Communication & Society, 3(1), 3-37.

Sato, A., et al. (n.d.). The role of emotion in decision-making and self-regulation. *Psychological Studies Journal*.

Setiadi, S. (2016). Social media as a means of social interaction and self-expression. *International Journal of Digital Media, 17*(2), 42-55.

Sheldon, P., Abad, A., & Hinsch, C. (2011). The relationship between Facebook use and well being: The role of emotional expression. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking, 14*(11), 643-648.

Sillars, A., & Roberts, L. (2011). *Catharsis and emotional expression: The role of social media in releasing negative emotions*. Journal of Social and Clinical Psychology, 30(5), 505 -520.

Sinar Harian. (2023). Isu kemurungan digital: Tanda-tanda dan langkah mengatasi. *Sinar Harian*.

Stake, R. E. (2005). *The art of case study research*. Sage Publications.

Sulaiman, W. A. W., Malek, M. D. H., Yunus, A. R., Ishak, N. H., Safir, D. M., & Fahrudin, A. (2024). *The impact of social media on mental health: A comprehensive review*. *South Eastern European Journal of Public Health, 25*(XX), 1468–1482.

Twenge, J. M., & Campbell, W. K. (2018). *The impact of social media on relationships and well-being*. Personality and Social Psychology Bulletin, 44(10), 1461-1475. https://doi.org/10.1177/0146167218792806

Uehara, S., et al. (2018). The impact of smartphone usage on mental health: The rise of depression among youth. *Journal of Youth Mental Health, 45*(2), 134-146.

Van Maanen, J. (1983). *Qualitative methodology*. Sage Publications.

Verduyn, P., et al. (2020). Active versus passive social media use and its effects on mental health. *Journal of Social Psychology, 17*(2), 123-137.

Verduyn, P., Ybarra, O., & Kross, E. (2017). *Social comparison, social media use, and well being: A study on the effects of Facebook use*. Computers in Human Behavior, 68, 262 -270. https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.11.010

Verywell, M. (2024). *The mental health benefits of expressing emotions on social media*. Retrieved from https://www.verywellmind.com

Warren, J., Jaafar, A., & Sulaiman, M. (2016). Civic engagement behavior on Facebook: A study of youth in Malaysia and Indonesia. *Journal of Social Media Research, 12*(2), 95-108.

Weinstein, E. (2016). Social media and the expression of emotions: A study on youth. *Journal of Social Media Studies*, 10(4), 97-104.

Whiting, A., & Williams, D. (2013). Why people use social media: A uses and gratifications approach. *Qualitative Market Research: An International Journal, 16*(4), 362-369.

WHO. (2014). Mental health: A state of well-being. *World Health Organization*.

Woods, H., & Scott, H. (2016). Sleep, social media use, and mental health in adolescents. *Journal of Adolescence, 52*(5), 24-31.

Zhao, S., Shun, L., & Lee, X. (2016). *Expressing emotions through text on social media: Effects of text-based communication on emotional expression.* Computers in Human Behavior, 55, 561-572. https://doi.org/10.1016/j.chb.2015.09.050

Zhou, L., et al. (2020). Emotional expressions on Weibo during the COVID-19 pandemic: A study of public sentiment. *Social Media Studies, 22*(1), 101-115.

LAMPIRAN

Apendix A

Soalan Temu Bual

Luahan Emosi sebagai 'User-Generated Content' dalam kalangan Belia.

Fundamental Research Grant Scheme (FRGS) (ref.code FRGS/1/2021/SSO/UNIMAS/03/2)

Informan yang dihormati,

Anda dijemput untuk mengambil bahagian dalam temu bual ini yang bertujuan untuk mengkaji kesan interaksi menerusi media sosial dalam kalangan belia di Malaysia. Saya amat menghargai jika anda sudi meluangkan masa untuk ditemu bual bagi kajian ini.

Kajian ini dijalankan oleh saya selaku pelajar Ijazah Sarjana (Komunikasi) di Universiti Malaysia Sarawak (UNIMAS) dan diselia oleh Dr. Jamilah Binti Maliki serta Puan Malia Binti Taibi. Tinjauan ini terdiri daripada tiga bahagian dan akan mengambil masa maksimum 50 minit untuk ditemu buak.

Respon anda adalah rahsia. Hanya penyelidik yang terlibat secara langsung dalam penyelidikan ini akan mempunyai akses kepada respon anda. Anda juga tidak akan dikenal pasti secara peribadi dalam penyelidikan ini.

Penyertaan anda adalah secara sukarela dan anda bebas untuk menarik diri pada mana- mana peringkat. Dengan rela ditemu bual, ia bermaksud anda telah bersetuju bahawa maklumat yang anda kongsikan akan digunakan dan dianalis untuk penerbitan hasil kajian.

Setinggi penghargaan atas penyertaan dan kerjasama anda. Sila hubungi saya untuk sebarang pertanyaan lanjut.

Penyelidik:
Nur Shaykilah Binti Ali Osman

Fakulti Bahasa dan Komunikasi Universiti Malaysia Sarawak 94300 Kota Samarahan, Sarawak Email: shaykhanzeb@gmail.com No. Telefon: 014-5554592

SOALAN TEMU BUAL

Bahagian A

1. Boleh anda perkenalkan diri terlebih dahulu?

2. Boleh anda beritahu jenis media sosial yang kerap anda gunakan? Seberapa kerap anda gunakan?

3. Adakah anda pernah membuat hantaran secara bertulis, gambar atau video dalam media sosial untuk meluahkan perasaan anda?

4. Pernahkan anda membuat konten positif atau negatif dalam media sosial? Kenapa?

5. Pernahkah anda terjumpa konten yang negatif tentang rakan yang anda kenal di media sosial?

6. Apakah jenis konten yang sering anda lihat dalam media sosial?

7. Apakah perasaan anda apabila melihat hantaran rakan lain dalam media sosial?

8. Pernahkah anda meninggalkan komen negatif dalam hantaran orang lain di media sosial? Kenapa?

Bahagian B

1. Adakah anda kerap meluah di media sosial? Seberapa kerap anda meluahkan rasa di media sosial?

2. Apakah jenis aplikasi yang digunakan untuk meluah dan kenapa aplikasi tersebut digunakan berbanding aplikasi lain?

3. Adakah anda berasa puas setelah meluah di media sosial? Kenapa?

4. Apakah yang anda harapkan setelah meluah di media sosial?

5. Adakah aplikasi yang digunakan untuk meluah ini sangat penting untuk anda?

Bahagian C

1. Pernahkah anda menerima komen negatif melalui hantaran atau perkongsian gambar/video di media sosial? Apakah perasaan anda?

2. Apa pendapat anda terhadap pengguna media sosial yang sering membuat komen negatif?

3. Adakah anda pernah terfikir bahawa anda sedang ketagih dengan media sosial? Kenapa ya, kenapa tidak?

4. Pada pendapat anda, adakah media sosial ini boleh mempengaruhi penggunanya dari segi positif dan negatif?

5. Pernahkan anda ingin melakukan sesuatu yang kurang baik asbab media sosial? Seperti ingin memarah orang, ingin memukul atau anda ingin menyendiri?

6. Adakah anda rasa anda terlalu bergantung dengan media sosial? Dari segi apa?

Apendix B

Transkripsi Informan

Informan 1

27 Tahun

Kuala Lumpur

Shaykilah: Boleh ka aku tanya kerap ka kau tengok media sosial? Macam kau cakap tad ikan kau akan pakai Twitter more than media sosial yang lain.

Informan 1: Sekerapnya atau terlalu kerap. Twitter lah tempatnya aku buang semua rasa benci, marah, ndak puas hati jangankan itu ja, minat someone pun aku Tweet. Sebab aplikasi lain tidak sesuai untuk digunakan untuk meluah perasaan yang betul. Lepas tu, Twitter ni aku tidak ramai kawan. Aku pilih siapa yang boleh tengok tweet ku. Lepastu, kawan-kawan di Twitter ni tidak akan bahas apa yang aku luah di Twitter selagi topik tu aku ndak buka depan diorang. Macam masing-masing boleh faham

Shaykilah: Apps mana yang kau selalu pakai untuk meluah ataupun untuk shared apa -apa yang kau rasa?

Informan 1: Aku memang actively meluah di Twitter. Aku memang pang pang pang di Twitter tu. Kau punya rasa benci, rasa marah, rasa endak suka ka semua bagitau dekat Twitter. Even kau terminat dengan someone pun bagitau dekat Twitter. Kalau post gambar ni orang endak tau kau marah ka tidak. So, aku memang akan menulis baru la orang tau kita tengah emo time tu. Haha

Shaykilah: Boleh kau share ka apa konten yang kau selalu buta di media sosial?

Informan 1: Cakap pasal konten ni aku sebenarnya depends dengan apps yang aku pakai. Macam contoh Twitter kan, memang aku akan post mostly lah.. mostly pasal aku punya emosi dan Twitter tu adalah diri aku ketika itu. Apa-apa yang aku rasa memang aku luahkan tidak kira la marah ka gembira ka. Kalau Facebook aku pakai untuk stalk orang ja Haha. Sebab FB ni memang senang kita mau stalk orang dia di mana, tinggal mana, masa lampaunya macam mana

Shaykilah: Okay kalua media sosial lain?

Informan 1: Kalau macam Instagram tu aku hanya akan post happy me. Hahah sebab aku rasa culture di Insta memang begitu orang hanya mau kasih tengok kita the happy side ja. Aku rasa kalau share negatif konten di Insta macam orang tidak suka

Shaykilah: Erm kau pernah rasa jealous ka kalua tengok content orang lain?

Informan 1: Depends dengan konten juga. Tipu la kalau cakap tidak pernah jealous ka apa kan. Sebab kadang tu kita questions our self kenapa kita tidak ada apa yang dia ada. Tapi sometimes kita happy juga tengok kawan kita happy. So its depends lah. Kita akan jadi judgemental depens dengan pola posting orang tu bah

Shaykilah: apa jenis content yang kau tidak suka tengok?

Informan 1: Kalau macam kau balik-balik post pasal suamimu baik la apa la. Ehh annoying sebab macam la orang lain tiada suamikan. Aku tidak suka orang yang posting pasal kebendaan yang macam mau show off.

Shaykilah: Kau pernah reply atau komen posting orang ka?

Informan 1: Rasanya dulu la rajin aku like story orang reply Tweet orang. Pernah ni kau tau ka ada satu kes viral perempuan bertudung berpeluk dengan Kpop. So, aku antara orang yang

rajin reply komen pasal isu semasa tu sebab time tu aku Kpopers so aku cakap lah dekat komen tu, aku pun Kpopers tapi tidak lah sampai begini kena peluk ini macam memalukan lah

Shaykilah: Apa yang kau rasa lepas kau posting sesuatu? Macam lepas kau meluah tu kan ada effect ka?

Informan 1: Kalau aku meluah tu dalam keadaan marah, lepas itu memang aku rasa lega. Sebab bila kau marah, kau ndak boleh direct marah orang tu, kau kena tahan. So, Tweet ja la mampu untuk keluarkan rasa marah tu

Shaykilah apa motif kau meluah di media social? Adakah sebab saja-saja atau ada motif lain?

Informan1: Bagi aku bila kau marah dengan orang ni, itu adalah perasaan negatif dan kau tidak boleh simpan lama-lama dalam diri. Bila kau simpan lama dalam diri, itu yang akan buat dipress, stress, hidup ini tidak adil dan sebagainya, for me lah. So, aku tidak mau perasaan tu negatif tu ada jadi aku kena keluarkan dengan harapan minda sihat/terjaga

Shaykilah: Bagi kau media social ni penting ka?

Informan 1: Sangat penting sebab secara tidak langsung Twitter ni boleh bantu menjaga emosi ku juga sebab aku freely boleh meluah anything dan aku tidak perlu pun mau cover-cover kalau aku meluah. Sebab aku pilih siapa yang boleh tengok haha

Shaykilah: apa perasaan mu kalau dapat komen negatif?

Informan 1: Pasal yang aku cakap tadi, aku komen pasal Kpop idol peluk Kpopers bertudung tu. Terus ramai orang attack aku balik dalam komen tu sedangkan aku tidak cakap pasal mana-mana agama pun. Terus aku rasa macam eh adakah aku akan kena serang di dunia luar pulak lepas ni? Aku macam down bah sebab aku rasa macam apa yang aku cakap itu salah dan orang

tidak suka komenku. Aku down sebab orang tidak setuju dengan komen ku sebab tu aku kena attack. Since itu la aku private sosial media ku. Kalau aku tidak kenal aku tidak akan accept

Shaykilah: apa pendapat mu tentang meluah atau komen di media sosial ni?

Sebenarnya bertukar-tukar pendapat ni bagus pendapat kau pendapat kau. Pendapat aku pendapat aku. Tapi cara dorang mengutarakan pendapat tu, pastu menggunakan bahasa-bahasa kasar. Sebab itu orang yang dapat komen negatif ni akan down akan tend to bunuh diri. Sebab orang yang suka komen negatif ni dorang akan attack kau punya fizikal kalau dorang tidak ngam dengan pendapat yang kau bagi. So kau kena hati-hati la dengan orang yang suka bagi komen negatif ni

Shaykilah: Kau ketagih ka dengan media sosial?

Informan 1: Mau kata terlalu bergantung atau ketagih ni entah lah sebab depends juga bah. Macam kalau aku sedih aku tidak share di media social secara public. Tapi kalau aku marah aku akan luahkan semuanya dekat Twitter. Sebab kalau aku marah I need to talk bah jadi dengan siapa aku mau marah yang tidak menimbulkan impak selepas itu kan. Sebab Twitter tu memang aku punya safe place bah. Bergantung la kan haha

Shaykilah: Apa pendapat mu tentang pengaruh media sosial ni?

Informan 1: Pengaruh ni ikut kita mau tengok media sosial ni dari segi macam mana. Kalau kau rasa toxic dan dia memang akan jadi toxic begitu juga la sebaliknya. Sebab kan kau kalau jeles dengan orang punya posting dan benda tu akan ada impak negatif dengan kau. Kalau kau jenis yang tidak kisah pasal posting orang then kau selamat kiranya hatimu pun tenang. So ini sebenarnya semua dari diri kau sendiri ja. Depends dengan si pemberi maklumat dengan si penerima maklumat

Shaykilah: Pernah ka media sosial ni buat kau down? Atau komen ni effect kau?

Informan 1: Kalau untuk violence tidak pernah tapi kalau menyendiri tu pernah. Sebab masa tu aku baca something yang depressive lah. Macam pasal mental health pasal suicidal. Sekarang kan aku tinggal di KL, kakak ku pun selalu out stations so aku selalu sendiri bah. Jadi aku tiba-tiba suka bersendirian. Aku macam mau apa bah numb bah eh kebas bukan kau rasa macam apa arh kau ndak mau becakap kau ndak mau keluar kau mau sendiri dalam bilik and do nothing. Dia macam aku baca benda tu terus bercampur dengan aku stress di tempat kerja dia macam bercampur aduk dalam fikiran bah. Dalam otak ku ni penuh bah lepas tu aku baca pulak pasal suicide tu terus aku rasa macam mau mengamuk bah. Aku baca tu di Twitter. Time tu too much inside my head bah, boleh balik ka tidak raya ni apa semua. Terus aku rasa macma mau pergi mati ja la semua ni. So time tu aku stop social media dalam 2 minggu. Semua aku tidak buka Twitter, Instagram semua. Time tu baru aku okay sikit sebab aku boleh pikir rasioanal balik

Informan 2

27 Tahun

Kawasan Bandar

Shaykilah: Hi, before we start I just want to inform you that our interview will be recorded for analysis purpose. Are you okay with that?

Informan 2: No hal. Can can. Haha

Shaykilah: Okay kau spend time berapa kerap how frequent on social media? And what kind of social media if you can share with me lah.

Informan 2: I spent a lot of my time in Twitter. I posted a lot and I don't feel to think first if I want to post anything in Twitter. I literally post everything in Twitter. The happy me, the sad me, the frustrated me, the anger me, I post literally everything about me in Twitter. Because the circle that I have there saya my safe circle. They won't judge me if I post something there. So its safe circle.

Shyakilah: Okay apa yang kau selalu buat dalam setiap media sosial yang kau aktif tu?

Inorman 2: I like to write on Twitter. Everything about me. On Instagram pula I will post pictures but not often la

Shaykilah: Kau akan post status ka kalua dekat social media ni? Atau jadi silent user?

Informan 2: Kalau Twitter, this is so me. The happy me, the sad me, the angry me. I posted a lot, I scroll a lot. I don't filter anything on Twitter. I just post anything I want. Because the circle I have on Twitter is my safe circle

Shaykilah: Erm can you explain how you pakai social media ni. Apa jenis content yang you will be post about?

Informan 2: I will talk about Instagram first lah, Instagram ni I don't realy post about anything. Instagram is just like, its umm, for me Ig it's the apss for people to know that im still alive you know. I just posted to let others know that im still alive. Hahah sebab Igs ni I often see people happy life like get promoted, get married or get pregnant. So for me it's overwhelming. So I just don't want to share about me in Instagram. I have different personality on different social media. I just want people to see like happy me or something is not me hahaa

Shaykilah: Faham. Faham. Okay, tapi kau pernah ka once in a life time or maybe kerap jugak jealous kalua tengok orang lain punya posting?

Beth: when people posted they are travelling ka apa kan I was so jealous. Because I want to be like them also. Its not they problem, its my problem actually. Something inside me tell me that I should be like them. I should go travel also. Iam jealous about them

Shaykilah: Kalau di social media ni kau suka komen ka? Kau pernah komen ka di posting orang lain?

Informan 2: I would like to say I'm a silent reader. Urm not so silent reader la I'm in between people yang like to comment and people who don't like to comment. I don't comment coz sometime why bother arguing with people online, just like it does not make sense. I don't like people commenting on my page so I want to do the same. I will try the best to not interact with them. I rarely interact negatively with people online. Because I know the feel

Shaykilah: what do you feel after posted something on social media? Relief kah or macam mana?

Informan 2: Okay I felt relief after I press the button 'tweet'. Okay what I wanted to say was already there and I don't mind if people read it or not. But then, after a moment, I read back my post kan I don't feel great tho. I was like okay that was me 5 minutes ago. Hahaa. So, I

might delete the post because it's not the same me 5 minutes ago haha. I don't feel great if someone maybe screenshot it then sebarkan haha. I don't want people to see me that way lah

Shaykilah: kenapa kau post something di media sosial? kenapa kau kena posting yang baik-baik ja di Instagram tu?

Informan 2: I used to be that person yang always seeking for validation after I posted something. But not know sebab I felt it as a toxic me sebab terlalu berpaksikan media sosial. So, now I just posted anything untuk rasa relief after post something. After keluarkan semua luahan macam puas bah

Shaykilah: Kenapa kau rasa kau perlu untuk post something di media sosial tu? Dan kenapa Twitter?

Informan 2: We can't really tell people if we angry or what so I just literally will post everything I felt. Even it's a very very small thing. It's just liked my online diary. And I like to tweet sebab I don't want people judge me after hear my story so I rasa I just perlu type and post

Shaykilah: Pernah ka kau receive negative comment while using social media? And how you feel?

Informan 2: Ya pernah. To be honest yes I felt a bit down when they drop negative comment on me. Especially when they attack about the things that I'm insecure about. Maybe my body, people sometimes they really outspoken. They think they know who us enough. It does not make me feel great

Shaykilah: Apa kau punya pandangan tentang orang yang keep on spread negative comments dekat social media ni?

Informan 2: It’s not fair if I said very toxic person because I don’t know them. But I think it just their things. They don’t appreciate their life. Maybe it’s just their hobby

Shaykilah: Kau rasa kau perlukan ka media sosial ni? I mean kau bergantung ka dengna media sosial ni?

Informan 2: I would say bergantung juga la dengan media sosial. Because I used to seek for validation on social media. But it turns out to be so toxic. Sebab I think what they said hidup berpaksikan social media. I post because I want people to see and get their validation. I used to be that person. I think I change now coz its very toxic

Shaykilah: Okay, social media ni bawa penagruh positif ka atau negatif kau rasa?

Informan 2: It depends on the person, if you want a good thing, you need to do a good thing to people also. I you give the bad energy then you will get bad energy in return also. If you see positive thing then it will be positive lah dan sebaliknya

Shaykilah: Apa perasaan yang pernah kau feel selama kau pakai social media ni? Perkara negatif kau kau pernah teringin lakukan mungkin after received bada comments ka apa apa

Informan 2: I feel all sort of feelings. Kecuali suicide lah I never think to kill myself because of social media. It does make me feel down when I saw something that I don’t have

Informan 3

26 Tahun

Bandar

Shaykilah: Kerap ka kau guna social media? Pastu apa social media yang kau selalu pakai?

Informan 3: Depends dengan mood saya time tu. Sebab saya memang tweet meluah kalau saya marah bah. Jadi kalau haritu saya marah memang saya akan type and post. Kalau saya ndak marah nah ndak la saya post hahaha. Tapi selalunya saya akan pos malam sebelum tidur kira macam penutup hari saya lah. Kira hari-hari juga lah. Di Twitter ni memang close friend saya ja. Orang yang tidak rapat memang saya tidak follow dan account ni private haha

Shaykilah: kalau kau meluah di sosial media kan selalu kua prefer bertulis ka atau buat video ka atau macam mana?

Informan 3: Bertulis la, kiranya saya tweet. Sebab dekat apps lain saya tidak akan show saya punya emotions yang real. Kalau dekat Twitter ni memang saya akan tweet ja apa apa yang berlaku apa yang saya rasa setiap hari

Shaykilah: Tadi kau cakap pasal Twitter kan? So, kalau Instagram pula macam mana? Sebab kau pun guna Instagram actively kan?

Informan 3: Kalau Instagram aku tidak akan show aku marah ka sedih. Sebab aku punya circle di Instagram tu memang yang vibes positif bah, yang estetik gituh. So aku pun ikut la vibes begitu. Aku tidak mau dorang macam rasa lain bila baca post ku yang negatif ni

Shaykilah: Kalau kau emosi memang akan shows dekat Twitter ka?

Informan 3: Dekat apps lain saya tidak akan show saya punya emotions yang real. Kalau dekat Twitter ni memang saya akan tweet ja apa apa yang berlaku apa yang saya rasa setiap hari Kalau Twitter tempat meluah. Memang kan type tweet ja apa apa mau sana. Tiada orang judge

Shaykilah: Apa content yang kau selalu post di social media?

Informan 3: Saya ikut orang post macam mana. Macam kalau banyak orang post pasal nature happy happy terus saya pun post pasal happy-happy lah. Saya ikut kesesuaian apps. Kalau Instagram tu memang saya akan post yang happy ja tu sebab jarang lah saya Nampak orang di Instagram post benda-benda yang buat kita rasa tidak best tu. Saya just show off kebahagian ja, saya pergi concert Black Pink ka, saya travelling ka

Shaykilah: Kalau rasa cemburu kau pernah ka? Macam maybe kau tengok posting kawan mu ka kan terus kau rasa macam jealous ni. Adakah ka begitu?

Informan 3 : Kalau diorang post kekayaan atau kejayaan tu pernah lah saya rasa jealous juga. Mostly kekayaan lah, macam dia ada handphone baru, pergi melancong ka, ada kereta baru ka

Shaykilah: Kalau komen negatif di social media kau pernah buat ka?

Informan 3: Pernah, tapi saya hanya akan komen negatif ni di TikTok ja. Sebab account saya private sana, so saya berani. Kalau apps lain saya tidak berani sebab saya takut kena bash balik. Sebab follower saya di FB sama insta mostly yang saya kenal juga lah

Shaykilah: lepas kau tweet ka posting ka kan apa kau rasa? Puas ka?

Informan 3: Saya rasa macam puas hati bah, sebab saya boleh luahkan emosi saya tu without marah dengan orang tu depan-depan. Pastu saya rasa puas hati bah bila orang boleh baca jugak biarpun orang yang baca tu ndak kenal orang yang saya mau marah tu personally. Saya rasa macam ada kawan untuk meluah jugak bah bila saya pakai Twitter ni untuk meluah. Kiranya Twitter ni bestfriend saya. Hahaha

Shaykilah: Kenapa kau suka share posting di social media? Apa motif untuk kau berkonten di social media?

Informan 3: Macam untuk dapat validation bah. Saya happy bah kalau orang yang baca tweet saya tu diorang setuju atau sokong saya ha begitu. Lepas tu untuk saya punya mental health juga bah sebab kalau kita simpan ja perasaan kita ni tidak diluahkan dia akan jadi burden bah untuk kita. So lepas saya luahkan tu saya rasa sebenarnya it helps my mind jugak

Shaykilah: Okay, kau rasa social media yang kau gun ani penting ka? Macam mana tahap pentimg tu bagi kau?

Informan 3: Saya rasa penting sebab kalau tiada Twitter ni saya macam rasa lain bah. Sebab apa-apa saya akan bagitau di Twitter kan dia macam coping mechansayam bah. Saya rasa macam saya ada kawan yang trusted bah. Macam saya rasa attention tu saya dapat bah

Shaykilah: Pernah ka kau received bad comment sepanjang kau guna media sosial ni?

Informan 3: Setakat ini tidak pernah lagi dapat dari orang yang saya tidak kenal lah. Tapi kakak saya pernah lah dia komen negatif dekat saya punya posting terus saya malu juga bah. Sebab orang lain boleh baca kan komen tu

Shaykilah: Apa pula pendapat mu tentang orang yang suka komen buruk ni?

Informan 3: Orang yang komen tu kan actually dorang ni jealous dengan kita sebab dorang tidak dapat buat. Kalau dorang komen pasal baju ka duit ka, actually sebab dorang tidak ada benda tu

Shaykilah: Kalau pasal ketagihan pula apa kau punya pandangan. Macam kau sendiri ketagih ka dengan social media ni?

Informan 3: Weh aku memang rasa aku ketagih sebab pernah saya di fasa broken jadi mau deactivate semua media sosial, tapi memang tidak dapat. Sebab kita ni bukan zaman dulu yang suka tengok tv ka astro begitu. Sekarang semua sosial media ja. Jadi rasa incomplete kalau tidak ada social media. Lagi-lagi saya punya kerja ni memang ada link dengan media sosial sebab kan digital marketing

Shaykilah: Apa kau punya pandangan tentang social media ni? Positif ka negatif?

Informan 3: Kalau positif ni dia bagi kita awareness bah. Macam kita tau apa yang berlaku di Gaza sekarang walaupun kita tidak tengok tv ka baca majalah ka. Mau belajar ka tips semua ada di media sosial. Kalau negatif ni saya rasa dari segi pembahagian masa lah. Sebab sejak ada media sosial ni memang masa tidak terurus

Shaykilah: Oh satu lagi, kau pernah ka rasa marah time kau main social media? Kalau pernah, sebab apa?

Informan 3: Kalau marah pernah. Macam saya tengok orang tweet ka apa ka kadang-kadang kita rasa marah mau baca atau mau tengok benda yang di share tu. Macam orang mencuri motor. Buat benda yang ndak bagus kan

Informan 4

29 Tahun

Luar Bandar

Shaykilah: Boleh kah kalau kilah nak tau kerap ke tidak you pakai social media? Kalau kerap seberapa kerap tu?

Informan 4: Berjam-jam juga, sebab nak connect dengan customer apa semua kan. Macam yang kilah nampak la kan, WhatsApp status Saya kan macam bebenang kan. WhatsApp lah sebab dia macam private sikit, kita oleh pilih siapa yang boleh tengok apa yang kita tulis. Macam kalau dekat Instagram kan dia macam terlalu open. Pastu WhatsApp ni senang tak pakai banyak data, macam Saya kan stay kat Felda so, kat sini line slow. Kalau up status WhatsApp dia macam easy and laju siki

Shaykilah: Selalu kalau you meluah di media social macam mana ye? Tulis kea tau melalui video ke gambar ke? Dan aplikasi apa yang you selalu guna?

Informan 4: Hantaran bertulis kat WhatsApp. Sebab kan kalau kat WhatsApp ni boleh kata dia privacy, tak open sangat. Sebab kita save nombor kenalan kita je

Shyakilah: Kerap ke you meluah kat whatsapp tu? Kat social media lain macam mana pula?

Informan 4: Oh, Saya memang akan apa macam kerap la post pasal apa yang Saya rasa setiap hari kat status WhatsApp. Sebab kan, WhatsApp ni privacy sikit. Kalau kita tak suka orang tu, ha senang je nak luah kat status

Shaykilah: Apa content yang selalu you posted?

Informan 4: Kalau kat WhatsApp tulis je apa-apa sebab kalau tak up status nanti orang cari. Haha. Sebab kita dah biasa up status kan. Lagipun Saya bisnes kan so memang perlu untuk Saya post supaya orang sentiasa tengok Saya ada

Shaykilah: Okay, pernah ka you rasa macam jealous ke iri ke bila Nampak posting orang lain?

Informan 4: Kalau posting kekayaan ke kehebatan ke, sejujurnya pernah rasa jealous lah. Tak dengki tapi jealouse lah

Shaykilah: Pernah ka you komen buruk atau menerima komen buruk dari orang lain di social media?

Informan 4: Tak pernah, sebab saya pun tak suka orang komen negatif kat story atau status saya

Shaykilah: Apa perasaan you selepas meluah di media social? Kenapa you suka meluah di media social?

Informan 4: Rasa macam puas kot sebab kita dapat share apa yang kita rasa dengan orang lain tu dan kita tau orang lain tu baca juga apa yang kita tulis. Sebab saya pernah lah hide bluetick ni, kan kalau kita hide bluetick kita tak nampak siapa yang baca status kita kan, so Saya tak puas hati. Jadinya Saya decide untuk buka bluetick tu supaya Saya tau siapa yang baca status Saya

Shaykilah: Apa motif content yang you buat?

Informan 4: Kita post benda-benda bahagia sebab nak bagitau dekat spesifik orang yang kita ni bahagia, kita ni cantik sekarang. Selalunya saya akan rasa puas la lepas dah post lepas tu orang yang kita target untuk tengok tu dah tengok status kita. Lepas target dah tengok, saya akan delete post tu (gelak)

Shaykilah: Apa kebaikan ataupun pengaruh yang you Nampak dekat media social ni?

Informan 4: Sebenarnya untuk mental health Saya juga kot. Sebab rasa ringan rasa lega lepas keluarkan apa yang kita rasa samaada baik atau buruk. So, media sosial ni penting lah jugak untuk Saya. Lagipun Saya business apa semua kan melalui WhatsApp

Shaykilah: Pernah kea da yang you Nampak macam tak suka ke, I mean content orang lain?

Informan 4: Pernah time awal-awal pregnant dulu. Pastu kita rasa annoying lah. So, Saya delete je nombor dia

Shaykilah: Apa pandangan you tentang orang yang suka tinggalkan komen buruk dekat video atau posting orang lain ni?

Informan 4: Saya rasa tak suka, Nampak lah attitude dia tu macam tu. Macam eh kenapa kau kena tulis atau share benda-benda macam ni. Benda negatif. Bila baca rasa marah, stress semua lah. Sampai Saya pernah mute status orang tu sebab rasa triggered kalau baca status dia

Shaykilah: Okay bagi you media social ni penting ke tidak? Atau ketagih ke you bila pakai social media ni?

Informan 4: Ye betul, kalau nak ke toilet pun memang bawak phone. Kalau takde phone memang akan tercari-cari. Mungkin sebab kita selalu post apa-apa kan kat status WhatsApp. Kalau takde internet macam takde benda boleh buat

Shaykilah: Apa pendapay you tentang pengaruh media sosial ni? More to baik kea tau buruknya yang banyak?

Informan 4: Er, tengok kita sendiri macam mana. Tengok orang yang pakai media sosial tu macam mana. Macam kalau orang yang mudah terjebak, mudah mengata ka so benda ni jadi negatif la

Shaykilah: Pernah ka you rasa marah kalau Tengah main social media tu? Tengah scroll tiba-tiba rasa macam nak marah, ada tak?

Informan 4: Rasanya macam takde la kot. Sebab sosial media kan, takde kaitan dengan Saya hahah. Kadang-kadang tu ada juga rasa marah kalau baca something tapi cepat-cepat lupakan sebab nak keep positive vibes

Informan 5

30 Tahun

Kawasan Bnadar

Shaykilah: Boleh saya tau apa palikasi yang selalu awak pakai? Dan seberapa kerap awak guna media social ni sepanjang hari?

Informan 5: Saya Actively guna saya Instagram lah sekarang ni. Memang Saya akan buka akan scroll hari-hari. Entah la mungkin sebab Saya tak rasa media sosial lain Saya kena update life Saya. Saya rasa macam Instagram je yang Saya suka nak upload atau update mungkin sebab kat Instagram tu saya current friends Saya. Kiranya bukan kawan lama Saya, macam circle kat Instagram tu adalah circle time zaman study kat UNIMAS. Saya tak suka kenalan lama Saya tau sangat perkembangan Saya, apa Saya buat, kerja apa, kat mana, macam tu lah

Shaykilah: Macam mana content yang selalu kau post di social media? Macam dalam bentuk apa? Bertulis ke gambar kea tau video ke? Dan aplikasi apa yang sering kau gunapakai?

Informan 5: Selalunya melalui gambar yang ada caption lah. Tapi ya la saya hanya post yang baik-baik je yang happy-happy je. Sebab Saya taknak orang judge Saya. Tapi kalau ada yang Saya nak protes ke ape, Saya akan post juga kadang-kadang tapi Saya takkan direct post. Saya akan berbunga lah macam secara professional dan posting begini hanya di WhatsApp je sebab private kan

Shaykilah: Intagram? Kiranya kau akan post yang baik-baik ja la di Instagram?

Informan 5: Erm, kalau Instagram ya memang saya hanya akan post pasal happy-happy ja. Saya taknak ada yang judge kalau saya post emosi-emosi ni Memang saya hanya akan post gambar ataupun ayat yang menampakkan kita ni bahagia happy macam tu

Shaykilah: jadi apa jenis content yang kau selalu upload?

Informan 5: Upload gambar family jalan-jalan ke pergi makan ke camtu je lah kat Instagram. Yang murni-murni je hahah

Shaykilah: Pernah tak kau komen buruk dekat orang lain punya posting?

Informan 5: Tak pernah, sebab saya nak kekalkan positif vibes kat media sosial saya. Sebab rasa nak tenang-tenang je. Taknak stress

Shaykilah: Apa perasaanmu lepas posting something di media social tu?

Informan 5: saya entah lah nak kata rasa apa. Haha. Sebab saya akan post benda-benda yang bahagia je kat Instagram ni sebab saya taknak orang judge saya kalau saya post pasal benda-benda yang buruk macam marah ke apa ke? Mungkin saya rasa macam lega kot lepas post sebab orang tengok kita bahagia macam takde masalah, sedangkan hakikatnya mungkin tak sama. Depends dengan situasi juga

Shaykilah: So apa harapan kau tentang social media ni?

Informan 5: Harapan eh, erm supaya orang tak judge yang buruk-buruk kot kalau saya post kat Instagram. Erm. Supaya rasa tenang juga kot. Sebab tu saya tak pernah post apa-apa kalau marah ke apa. kalau saya post pasal macam nak marah ke ape, saya akan tulis secara tak direct. Akan tulis bebunga-bunga gitu supaya orang tak tau sangat. Haha

Shaykilah: Boleh tau ka apa motif kau meluah di social media?

Informan 5: Untuk memberitahu kepada orang atau kenalan yang kita ni masih hidup. Haha. Ye la sebab kalau kita tak upload ke apa nanti orang ingat kita dah takde ingat kita hilang dari radar. Haha

Shaykilah: Apa pendapat kau tentang orang yang suka komen buruk pasal orang lain ni?

Informan 5: Saya rasa orang ni attention seeker. Haha sebab dia nak orang tengok dia. Saya rasa dorang banyak sangat masa kot sampai nak komen-komen benda tak elok

Shaykilah: Kalau pengaruh media social pula macam mana? Adakah media social ni mempengaruhi kita secara positif atau negatif?

Informan 5: Untuk saya media sosial ni positif je. Kita kena pandai pilih dan jangan cepat terpengaruh. Kita as individual ni yang kena pandai control. Macam Saya ni cepat overthinking, so benda yang buat saya triggered Saya akan cepat elak. Saya taknak Saya emosi hanya kera benda yang dibaca

Shaykilah: okay, tapi kau pernah rasa marah ke time guna media sosial ni?

Informan 5: Setakat ni takde lah pula. Sebab kalau ternampak posting yang boleh buat triggered memang saya akan cepat-cepat elak terus scroll tak nak baca. Saya memang jaga emotion time pakai media sosial

Informan 6

24 Tahun

Kawasan Bandar

Shaykilah: Kerap ka kitak pake social media?

Informan 6: Boleh la kerap juga lah. Saya nang tulis apa semua yang saya sik puas hati ka apa di Instagram tapi ya actually fake account saya bah. Haha

Shaykilah: Macam mana jenis konten yang kitak selalu post? Macam tulisan ka or maybe gambar or video?

Informan 6: Berbentuk tulisan sebab saya lagi senang mok express saya pun feeling compare dengan gambar or video

Shaykilah: Kitak sering meluah ka? Selalu ka? Or depends on situation juga?

Informan 6: Ye saya nang akan post semua kemarahan saya di Insta ya. Tapi nang pake Insta fake ya la. Haha

Shaykilah: Apa motif kitak polah content? If kitak boleh share

Informan 6: Mun saya memang sikda lain, Instagram ya nang dibuat untuk meluah secara tidak berlapik ya. Haha. Saya marah ka, sedih ka, nang semua lah. Sebab saya sik akan post benda-benda negatif dalam akaun public saya

Shaykilah: so apa content yang kitak selalu polah?

Informan 6: Akaun persendirian saya ya, saya akan camne oh ehm saya nang post kehidupan yang tidak menimbulkan unsur negatif or unsur yang tidak menyenangkan orang lain. Camya

la. Saya just post pasal jalan-jalan ka or pergi makan ka then rate the foods and the places ka. Camya jak lah

Shaykilah: pernah ka kitak macam cemburu mun orang lain posted something?

Informan 6: Tipu lah mun saya cakap sik jealous mun nangga orang lain pun kehidupan yang more better then us kan. Tapi kadang kamek happy juak nangga sidak boleh berjaya boleh dapat apa yang sidak mok

Shaykilah: Pernah ka kitak polah content yang negative or komen negatif dekat account orang lain?

Informan 6: Pernah juga sebab saya kan pakei account yang sikda orang tau. Account fake just for express my emotion without thinking anything

Shaykilah: Apa perasan kitak lepas buat semua ni? Macam lepas posted something apa perasaan kitak?

Informan 6: Of course, saya puas bah walaupun saya tau sikda yang baca apa yang saya tulis tapi still saya rasa kepuasan selepas all out menulis apa yang terbuku. Haha

Shaykilah: Ada harapan ka tentang penggunaan media sosial?

Informan 6: Sikda harapan bah Cuma untuk luahkan jak supaya sik simpan kedirik bah. Ya la motif saya polah fake account ya hahah

Shaykilah: Apa motif kitak tek mok meluah di social media?

Informan 6: Supaya kamek sik simpan sendiri macam kamek madah tadi. Ya la function Instagram tok even nya hanyalah fake account. Sebab kamek sik akan mencemarkan Instagram kamek yang ramai follower dengan negativity. Saya takut kawan saya akan judge and they know how miserable my life sis. Hahaha

Shaykilah: kitak rasa kitak ketagih ka untuk pake media social?

Informan 6: Boleh kata ketagih juga, sebab we need to macam spent most of our time dengan social media kan. Mun sik rasa macam incomplete

Shaykilah: Kita boleh bagi pendapat ka tentang pengaruh media sosial ni?

Informan 6: Kamek rasa ya depends dengan dirik pun. Mun kitak rasa positif maka positif la juga yang datang

Shaykilah: sigek gik, kitak pernah rasa mok marah ka or termarah orang lain time pake media sosial?

Informan 6: Sebab kalau marah memang akan post. Kiranya kalau post tu memang geram betul lah tidak kisah lah pasal apa pun

Informan 7

26 Tahun

Kawasan Bandar

Shaykilah: Boleh bagitau ka seberapa kerap kau pakai media sosial?

Informan 7: Sangat kerap ye. Apa yang aku rasa aku fikir marah sedih gembira semua aku tweet

Shaykilah: So kau prefer tulis ka atau emlalui video untuk kau meluah?

Informan 7: Erm mesti lah aku tulis. Aku prefer tulis lah senang orang yang kita tuju tu faham

Shaykilah: Apa ja jenis content yang kau selalu buat? Maksudnya apa yang kau selalu luahkan?

Informan 7: Kalau aku memang post semua di Twitter la, nda da tempat lain ni. Tu ja yang selesa mau all out kalau tidak puas hati dengan siapa-siapa ja

Shaykilah: So kiranya bila ja kau meluah ni? Tiap hari ka atau macam mana?

Informan 7: Macam-macam aku post. Kalau boleh semua dan setiap masa jugak la aku post. Macam diary online la boleh kata. Kan dulu kita tulis diary dalam buku, nah sekarang ni semua di social media ja. Good morning pun di social media hahah

Shaykilah; kau pernah ka rasa something bila kau tengok posting orang lain? Macam cemburu ka happy ka apa ka?

Informan 7: Depends juga dengan kawan yang mana, kalau kawan rapat kita tumpang bahagia jugak bah

Shaykilah: Kalau geram? Pernah ka? Rasa geram

Informan 7: Pernah la juga. Not all the time, tapi memang pernah. Kalau geram sangat tu memang aku komen ja apa yang aku tidak puas hati.

Shaykilah: jadi apa perasaan kau lepas kau luah di media sosial? Happy ka? Atau rasa bersalah ka?

Informan 7: Puas sangat plus gembira juga sebab boleh let it out tanpa melibatkan manusia lain. Tidak perlu bercerita dengan orang lain, cukup Tweet dan aku rasa macam aku didengari
Shaykilah: kalau boleh aku tau apa motif kau meluah di media sosial? kenapa kau lagi prefer untuk meluah di media sosial banding dengan bercerita dengan kawan ka family ka?

Informan 7: Supaya emosi ku terkawal. Kalau kau simpan simpan simpan ja kau tidak keluarkan at the end of the day kau yang menderita kan. So, let it out sis. Haha. Aku lagi percaya Twitter ni dari aku cerita meluah dengan orang lain

Shaykilah: Pernah ka kau dapat komen tidak bagus dari kawan ka atau stranger di media sosial?

Informan 7: Pernah ja ni sebenarnya. Tapi kadang buat bodoh ja. Kadang balas balik. Tapi sakit hati jugak la kalau dapat komen yang kita tidak suka

Shaykilah: dan apa pendapat mu tentang orang yang suka komen negatif ni?

Informan 7: Sorry to say tapi aku rasa seek for perhatian. Lapar pehatian

Shaykilah: dari segi pengaruh? Apa pendapat mu tentang pengaruh media sosial ni kepada kita pengguna ni?

Informan 7: Kalau kau jenis cepat terpengaruh mungkin dia lebih banyak negatif dari positifnya. So beware la kot

Shaykilah: Pernah ka kau rasa macam mau buat benda tidka bagus time pakai social media ni? Pernah ka kau rasa media sosial ni yang influence kau untuk buat sesuatu yang tidak okay?

Informan 7: Rasa down pernah dulu lah

Informan 8

24 Tahun

Luar Bandar

Shaykilah: Boleh tau seberapa kerap kau pakai media sosial dan jenis media sosial apa?

Informan 8: WhatsApp kerap sangat. Kerap lah. Boleh kata every single thing yang saya rasa, saya fikir nang akan di post up status

Shaykilah: Apa jenis konten yang selalu buat? Macam perasaan yang macam mana yang boleh lead kau untuk posting di media sosial?

Informan 8: Oh mun kamek tok nang sik memilih theme orang madah. kamek kan ratu status haha. So, kamek nang post ja apa-apa yang berlaku or mok bagi pandangan ka tips ka. Anything

Shaykilah: Pernah ka kau macam rasa cemburu dengan content orang lain? Marah ka?

Informan 8: Macam sik pernah gik rasanya

Shaykilah: Boleh tau ka apa perasaan kitak mun posting sesuatu? Apa kitak rasa lepas kau posting ya?

Informan 8: Sik pande juak mok madah rasa apa oh. Erm. Macam best la kali sebab boleh share perasaan dengan kitak pun contact member lah. Macam saya akan update every single thing yang berlaku sampe kawan saya tunggah saya ‘ratu status’

Shaykilah: faham, jadi apa motif kau meluah?

Informan 8: Supaya orang nangga kamek pun kehidupan. Sidak boleh keep track of me macam ya lah

Shaykilah: penting ka whatsapp ni bagi kitak? Kenapa?

Informan 8: Penting la sebab mun sikda WhatsApp gine kitak mok berkomunikasi nak

Shaykilah: faham. Kira kau ketagih ka dengan whatsapp ni?

Informan 8: Boleh kata ketagihan sebab apa-apa nang mok update bah

Shaykilah: Kitak pernah ka molah something yang sik bagus time pakai media sosial ni?

Informan 8: Marah pernah mun nangga benda yang saya sik berapa suka gilak. Macam mun ada orang posting acah acah apa orang bilang pretending to be perfect. Macam kau la terpaling. Orang lain sikda gia

Informan 9

28 Tahun

Kawasan Bandar

Shaykilah: Boleh anda beritahu jenis media sosial yang kerap anda gunakan? Seberapa kerap anda gunakan?

Informan 9: Kalau saya memang pakai Whatsapp banyak. Kerap juga.

Shaykilah: Pernahkan anda membuat konten positif atau negatif dalam media sosial? Kenapa?

Informan 9: Ofcourse ada. Dah menjadi habit la nak post ke ape dalam social media ni

Shaykilah: Adakah anda kerap meluah perasaan di media sosial? Seberapa kerap anda meluahkan rasa di media sosial?

Informan 9: WhatsApp yang paling kerap kita nak share apa-apa. Kalau social media lain jarang lah juga sebab circle kita kat Instagram tak sama dengan WhatsApp. WhatsApp ni ramai boleh tengok status kita, client, family, kawan semua seen status WhatsApp kita

Shaykilah: Adakah anda berasa puas setelah meluah perasaan (expression of emotion) di media sosial? Kenapa?

Informan 9: Entah lah, macam serba salah nak cakap pulak haha. Erm, mungkin happy kot sebab orang boleh tau apa yang kita rasa without call atau jumpa. Sebab Saya memang akan share benda happy ke marah ke shopping ke travel ke kat status WhatsApp. Paling selalu up pasal emas la sebab kita jual emas so nak bagi orang tengok la kita pakai emas

Shaykilah: Selalu awak tulis kea tau post gambar kea tau video?

Informan 9: Kalau Saya memang tulis lah sebab kat WhatsApp ni kalau post gambar lepas tu letak caption panjang-panjang ni, entah orang baca ke tidak

Shaykilah: Kerap sangat ka awak post? Macam setiap hari ka atau camna ek?

Informan 9: Saya memang la, kilah pun boleh baca kan tiap hari. Memang rutin untuk mempost apa saja. Marah ka bisnes ka semua kat WhatsApp

Shaykilah: Apa jenis perasaan yang awak selalu luahkan di WhatsApp tu?

Informan 9: Kalau emosi pun Saya memang akan post juga semua. Marah dengan maid ke dengan client ke, Saya post je supaya dorang tau

Shaykilah: Okay so apa harapan awak tentang penggunaan media sosial ni?

Informan 9: Harapan ek, erm, supaya orang tak pandang kita sebelah mata kot. Bila diorang tengok life style kita mungkin diorang boleh agak kita macam mana

Shaykilah: Penting ka WhatsApp ni bagi awak? Ke tak sangat? Ke Whatsapp nib oleh je replace dengan aplikasi lain?

Informan 9: Penting sebab ni la medium nak communicate dengan kawan, family, client semua kan. Saya rasa kalau takde WhatsApp ni rasa macam tak kena la sebab kita dah terbiasa guna untuk harian kan

Shaykilah: Awak rasa awak ektagih ke dengan media sosial ni?

Informan 9: Memang ketagih sebab kita pun niaga guna sosial media so memang kena macam 24jam dengan sosial media

Shaykilah: Apa pula pengaruh media sosial ni terhadap belia sekarang? Apa pendapat awak?

Informan 9: Ikut masing-masing. Sebab media sosial ni boleh pengaruh kita secara positif dan negatif. So, kalau kita pandai kita dapat lah yang positif kalau tak tu yang susah

Shaykilah: Pernah ka awak rasa marah bile tengok posting orang lain?

Informan 9: Marah of course pernah sebab dapat reply yang buat sakit hati kita. Rasa macam orang nak busy body pasal kita pula. Kita tak kacau orang so kita tak suka la kan kalua orang masuk campur urusan kita

Shaykilah: pernah tak awak komen buruk kat posting orang lain? Atau awak pernah dapat komen buruk tak?

Informan 9: Ada ja tu yang buat sakit hati tu. Kalau boleh kita balas dia balik. Haha

Informan 10

30 Tahun

Kawasan Bandar

Shaykilah: Boleh tau apa aplikasi yang kau selalu guna? Dan seberapa kerap kau guna?

Informan 10: Kalau aku memang WhatsApp la tempat aku meluahkan segala-galanya bah sebab circle kecik kan

Shaykilah: Boleh tau ka apa yang kau selalu luah di WhatsApp tu?

Informan 10: semua like everything dalam kepala ni. Haha

Shaykilah: Kalau kau boleh cerita kenapa kau pilih WhatsApp banding dengan aplikasi lain?

Informan 10: erm sebab Whatsapp ni tempat yang camana eh, kita boleh pilih siapa yang boleh tengok apa yang kita share. Senang nak pakai takyah nak pening-pening sebab kita memang akan pakai whatsapp everyday kan.

Shaykilah: Motif kau selalu meluah di Whatsapp? Kenapa tidak meluah dengan kawan ke family ke?

Informan 10: Sebab bila kita meluah dengan orang rasa macam insecure sebab kita boleh tengok reaction orang tu directly macam mana kan. Kalau kat social media ni, kita tak tau pun kalau ada orang mengumpat ke ape kan. At least orang tu send likes ke ape kita macam happy

Shaykilah: Pernah ka kau rasa marah atau cemburu ka time guna social media?

Informan 10: ofcourse pernah. Kadang baca orang lain punya posting ni pun boleh buat naik darah. Kalau benda tu kita rasa tak okay la. Macam dia post dia makan Mcd sedangkan kita tengah boikot Mcd. So, rasa macam geram la kan. Cakap pasal cemburu ni, mustahil lah takde

kan. Cumanya simpan dalam hati je la. Takde la nak war-warkan yang aku jealous kan. Malu juga dengn kawan lain kalau tau aku jealous kan. Nanti diorang anggap aku toxic friend.

Shaykilah: Apa pandangan mu terhadap ketagihan media sosial ni?

Informan 10: memang ketagih lah sebab zaman sekarang ni rasanya memang takleh nak nafikan dah memang kita tak boleh hidup tanpa internet, telefon, media sosial. Macam aku seniri pun memang mengaku la memang ketagih. Takleh kalau tak tengok phone dah.

Shaykilah: kenapa kau meluah? Apa motif?

Informan 10: sebab aku rasa didengari biarpun bukan cerita depan-depan tapi aku yakin contact list ku memang akan baca. So secara tidak langsung memang macam aku bercerita dengan diorang kan

Shaykilah: kau rasa media sosial ni bawa pengaruh yang baik ka atau tidak kepad kita sebagai pongguna?

Informan 10: kalau kau tanya begini, sebenarnya depends dengan individu juga. Kalau dia terlalu ambil kisah apa yang orang cakap memang akan jadi negatif la. Kalau kau jenis tak masuk campur urusan orang dan jenis tak cepat terpengaruh ha kau selamat. Kalau tak bye bye. Hahaha