



**KESAHAN KONSTRUK ITEM KAJIAN EMOSI KOMUNIKATOR, DAN BUDI BAHASA
KOMUNIKASI MEDIA SOSIAL DALAM KALANGAN REMAJA**

(Construct validity on communicator' emotion and 'budi bahasa' studies item among adolescent in social media communication)

Romlah Ramli^{1*}

¹ Pusat Pengajian Teknologi Multimedia dan Komunikasi, Universiti Utara Malaysia, 06010, Sintok, Kedah, Malaysia

*Corresponding Author Email: romlah@uum.edu.my

Received: 26 November 2020 • Accepted: 20 December 2020 • Published: 30 December 2020

Abstract

This research paper is a quantitative exploration of adolescent communication in social media. The researcher studied the emotional variables of communicators and 'Budi Bahasa' as an important component after exploring previous studies, further, it was adapted in the context of adolescents in Malaysia with different views of politeness. Related issues such as manners while interacting on social media is an interesting part to be discussed. Apart from that, the study also explores the emotional level of adolescents during communication on social media. For the purpose of this paper, the researcher had conducted the items' validity test for two variables through factor analysis 'Dimension Reduction' by using Statistical Package for Social Sciences (SPSS). All items used in both Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) and Bartlett test of sphericity values were above .6 with significant values less than .05.

Keywords: *Manners, Budi Bahasa, Communicator' Emotions, Construct Validity, Adolescent Communication*

Abstrak

Kertas kajian ini merupakan penerokaan kuantitatif terhadap komunikasi remaja di media sosial. Penyelidik mengkaji pemboleh ubah emosi komunikator dan budi bahasa sebagai komponen penting dalam kajian setelah penerokaan kajian-kajian terdahulu seterusnya diadaptasikan dalam konteks remaja di Malaysia dengan susur galur kesopanan yang berbeza. Isu berkaitan seperti adab berinteraksi dalam media sosial seharusnya menarik untuk dibincangkan. Selain dari itu, kajian juga meneroka peringkat emosi remaja semasa komunikasi di media sosial berlangsung. Bagi tujuan kertas kerja ini, ujian kesahan item bagi dua pemboleh ubah kajian telah dijalankan menggunakan *Statistical Package for Social Sciences (SPSS)* iaitu analisis faktor melalui *Dimension Reduction*. Kesemua item yang digunakan dalam kedua-dua nilai *Kaiser-Meyer-Olkin (KMO)* dan *Bartlett test of sphericity* adalah melebihi .6 dengan nilai signifikan adalah kurang dari .05.

Kata kunci: Adab, Budi Bahasa, Emosi Komunikator, Kesahan Konstruk, Komunikasi Remaja

Cite as: Ramli, R. (2020). Construct Validity on Communicator' Emotion and 'Budi Bahasa' Studies Item among Adolescent in Social Media Communication. *Asian People Journal*, 3(SI1), 33-40

PENGENALAN

Komunikasi media sosial merupakan komunikasi popular dalam semua kalangan umur. Secara sedar atau tidak komunikasi media sosial adalah pilihan peribadi pengguna. Dalam konteks persekitaran budaya Malaysia, komunikasi media sosial masih dilingkari lingkungan ketertiban budaya Malaysia (Romlah, 2013). Ketertiban budaya boleh dibincangkan dalam konteks adat, norma, nilai dan kepercayaan lokal yang membolehkan orang ramai dalam budaya tertentu untuk berkomunikasi dan tingkah laku masyarakat. Jika pelanggaran kesopanan dan adab dalam budaya masyarakat, ia boleh dianggap sebagai tingkah laku yang tidak bersesuaian atau sealiran dengan budaya berkenaan. Dalam erti kata lain, kepatuhan budaya adalah piawaian tingkah laku atau tindakan masyarakat adalah bergantung kepada budaya atau masyarakat yang menerima.

Amani Nawi (2020) menyatakan adab dalam penggunaan media sosial menjadi runcing dan kritikal apabila penggunaannya memberi kebebasan kepada mereka dan ruang yang besar bagi komunikator menggunakan kata-kata yang kurang beradab dengan pengaruh emosi yang ada pada mereka. Kepuasan hati dan melepaskan perasaan geram antara aspek percakapan mereka tidak terkawal.

Kajian ini melihat emosi komunikator iaitu remaja serta dan tahap budi bahasa mereka sepanjang komunikasi atas talian berlangsung. Perkembangan produk yang membolehkan media sosial digunakan dari segenap kawasan dan waktu telah menyumbang kepada perubahan penggunaan yang memberi impak dalam komunikasi mereka.

Budi Bahasa

Dalam konteks yang lainnya, budi berfungsi samada dizahirkan secara fizikal ataupun melalui tutur kata atau juga secara bukan lisan dalam apa jua medium komunikasi. Media sosial boleh dikaitkan sebagai perkembangan kajian terkini terhadap perkaitan budi bahasa dalam aspek teknologi komunikasi. Kajian rentas bidang membantu perkembangan item yang boleh menilai pelbagai konteks terutamanya sumbangan baharu. Menurut Romlah (2013), budi bahasa adalah peringkat budi terutama dalam konteks masyarakat Melayu.

Budi dapat dilihat dalam konsep budi pekerti (cara pengucapan, tingkah laku, kesopanan, dan etika), akal budi (fikiran, dan kebijaksanaan), dan baik budi (tingkah laku yang baik dan perbuatan-perbuatan yang baik). Bagi seseorang individu yang menerapkan tiga konsep; budi pekerti, akal budi dan baik budi biasanya dipanggil orang yang berbudi bahasa (akhlak yang baik dalam pemikiran dan tindakan) (Lim, 2003).

Rosli, Muniandy, dan Jasmi (2019) menyatakan masyarakat timur yang merubah gaya hidup daripada lontaran komen di media sosial yang masing-masing mengeluarkan perkataan yang negatif, lucah serta penulisan Bahasa Melayu yang sering diringkaskan. Perkembangan tidak sihat ini melihat perkembangan dan penelitian kajian melibatkan budi bahasa dan komunikasi media sosial menjadi lebih signifikan.

Dalam kajian sebelum ini terdapat 39 item budi bahasa telah dibangunkan untuk mengukur pemboleh ubah kesesuaian budaya dalam hubungan dengan pembentangan diri pengguna media sosial iaitu Facebook. Selepas penilaian dan analisis, 11 item telah disahkan untuk mengukur konsep kesesuaian budaya; budi bahasa, bagi

maksud kajian lalu (Romlah, 2013). Item budi bahasa ini ditingkatkan dari aspek komunikasi remaja pula bagi tujuan kajian ini.

Emosi Komunikator

Kepentingan emosi dalam interaksi sehari-hari telah menjadi topik utama dalam penyelidikan dalam pelbagai bidang, termasuk linguistik, sosiologi, psikologi sosial, antropologi, dan komunikasi. Emosi dalam Interaksi menawarkan koleksi kajian asal yang meneroka emosi dalam interaksi yang berlaku secara semulajadi dituturkan. Penelitian isu berkaitan sumber lisan dan bukan lisan untuk menyatakan pendirian emosi (kosa kata, sintaksis, ketawa, menangis, dan ekspresi wajah), serta peranan emosi dalam interaksi institusi seperti perundingan perubatan, psikoterapi, kesihatan dan talian bantuan panggilan.

Keltner, Sauter, Tracey, dan Cowen, (2019) menyatakan kajian awal ekspresi emosi sebahagian besarnya memberi tumpuan kepada yang menerima emosi yang dipaparkan dan memberi maksud kepada emosi dari gambaran statik mengenai konfigurasi prototaip otot muka yang menyampaikan kemarahan, jijik, ketakutan, kesedihan, kejutan, dan kebahagiaan. Namun Keltner et. al. (2019) menyatakan perkembangan 20 tahun kajian saintifik lebih ketara iaitu bukan sahaja penggambaran wajah statik dari enam emosi ini malah ianya melihat ekspresi emosi adalah corak perilaku multimodel dan dinamik yang melibatkan tindakan muka, penyuaran, pandangan, gerakan anggota badan, sentuhan, autonomi tindak balas, dan persekitaran maksud.

Dalam kajian yang lainnya, jika pengguna media sosial menggunakan status yang sarat kandungan emosi, rakan-rakan mereka adalah jauh lebih cenderung untuk turut sama terlibat dalam perkongsian emosi ini. Kesan ini adalah signifikan walaupun selepas pengguna dan rakannya mengawal ekspresi emosi sebelumnya. Ini menunjukkan bukan sahaja bahawa penularan emosi adalah mungkin melalui komunikasi teks sahaja malah emosi mengalir melalui rangkaian sosial, tetapi juga emosi yang merebak melalui media komunikasi secara tidak langsung.

Perkara yang berkaitan untuk komunikator berinteraksi secara beradab atau tidak adalah berkaitan emosi komunikator. Faktor emosi komunikator adalah elemen yang dilihat mempunyai perkaitan dengan bagaimana komunikator bertindak balas. Langlotz dan Locher (2017) berpendapat bahawa semua interaksi mengandungi unsur emosi, hubungan dan sosionormatif. Setelah memberikan gambaran keseluruhan skematik komponen sistemik yang terlibat dalam kajian emosi, mereka telah menyatakan kesopanan adalah berkaitan dengan emosi. Selain itu, Langlotz dan Locher (2017) menguraikan tiga kemungkinan kajian penyelidikan selanjutnya dilakukan iaitu, pemikiran dan emosi, sosialiti dan emosi serta pemerhatian komunikatif terhadap emosi. Oleh yang demikian, proses hubungan asas antara emosi dan pragmatik interpersonal juga boleh diuraikan dalam aspek penyelidikan.

Menurut Goudbeek, dan Pollmann (2019) menyatakan emosi mempunyai kesan besar terhadap tingkah laku komunikator. Sebagai contoh, ketika dalam suasana positif, komunikator akan bercakap lebih banyak, mendedahkan lebih banyak tentang diri dan melihat konflik disebabkan oleh sumber luaran dan bukan sebagai masalah yang menjadi isu dasar. Tetapi dalam suasana positif komunikator juga cenderung untuk mengambil perspektif orang lain dan bahasa komunikator akan lebih cenderung kepada bahasa tersirat dan sukar difahami. Terdapat banyak kajian yang mengkaji bagaimana suasana mempengaruhi komunikasi komunikator, tetapi kajian ini umumnya hanya tertumpu pada pengirim dan bukan pada penerima. Goudbeek, dan Pollmann (2019) mengkaji bagaimana emosi penerima mempengaruhi komunikasi dan mereka mendapati keadaan emosi penerima mempengaruhi mesej yang disampaikan serta menunjukkan mesej yang lebih sopan ketika penerima berada dalam keadaan sedih, berbanding dengan keadaan gembira atau marah.

METODOLOGI

Kajian adalah menggunakan pendekatan kuantitatif melalui proses kutipan data melalui soal selidik bercetak dengan jumlah kutipan data 395 orang. Soal selidik ini merangkumi keseluruhan 80 item yang diadaptasi dari kajian lalu dan dibahagikan berdasarkan bahagian berikut:

- i. Bahagian A: Emosi Komunikator (28 item menggunakan skala *Likert*)
- ii. Bahagian B: Budi Bahasa (15 menggunakan skala *Likert*)
- iii. Bahagian C: i. Demografi (8 item menggunakan skala kategori)
ii. Pemilihan Emotikon Media Sosial (29 item menggunakan skala *ratio*)

Nilai Alfa *Cronbach* diambilkira dalam memastikan kebolehpercayaan instrumen yang digunakan dalam kajian ini adalah bersesuaian bagi setiap pemboleh ubah. Hasil analisis menunjukkan nilai alfa bagi pemboleh ubah emosi komunikator menunjukkan $\alpha=.67$. Bagi pemboleh ubah budi bahasa pula menunjukkan $\alpha=.64$. Secara keseluruhannya didapati bahawa nilai alfa yang diperolehi adalah diterimapakai untuk tujuan kajian berdasarkan peraturan saiz Cronbach Alpha Coefficient oleh Hair et al. (2007) iaitu pekali pekali alfa dikategorikan bersekutu dengan kekuatan persatuan; (1) alpha adalah di bawah .6 (rendah), (2) alfa adalah .6 ke bawah .7 (sederhana), (3) alpha dalam julat .7 ke bawah .8 adalah dalam kategori Baik, (4) julat alpha adalah .8 ke bawah .9 (Sangat Baik), dan (5) nilai adalah sama atau lebih daripada .9 dalam kategori terbaik. Oleh yang demikian item dalam kedua-dua pemboleh ubah berkenaan adalah dalam kategori sederhana dan boleh diterima dalam mengukur pemboleh ubah.

Seramai 395 orang responden telah terlibat dalam kajian ini, namun setelah menjalani ujian normaliti, 24 orang responden telah didapati tidak memenuhi kriteria ciri-ciri data selepas ujian normaliti dilakukan. Oleh yang demikian, sebanyak 373 data yang diterima pakai bagi tujuan kajian ini. Hasil analisis menunjukkan seramai 199 orang (50.4%) responden terdiri daripada responden lelaki dan seramai 196 orang (49.6%) responden terdiri daripada remaja perempuan.

Manakala, dari ciri umur responden pula, majoriti responden berumur 13 tahun iaitu melibatkan seramai 182 orang (46.1%) responden, dalam kategori 14 tahun seramai 94 orang (23.8%) responden. Mereka yang berumur 16 tahun pula seramai 70 orang (17.7%) responden, 39 orang (9.9%) responden menyatakan berumur 15 tahun dan bagi mereka yang berumur 17 tahun pula 10 orang (2.5%) responden. Bagi kategori bangsa responden kajian ini, seramai 220 orang (55.7%) responden menyatakan mereka berbangsa Melayu, 116 orang (29.4%) responden berbangsa Cina, 55 orang (13.9%) responden berbangsa India dan hanya empat orang (1%) responden menyatakan mereka adalah lain-lain bangsa.

HASIL KAJIAN

Hasil Analisis Kesahan Item Kajian

Kesahan merupakan proses mengenal pasti kesahan item berkenaan bagi satu-satu kajian sah mengukur apa yang perlu atau sepatutnya diukur. Kesahan terdapat dalam tiga kategori iaitu kesahan muka (*face validity*), kesahan kriteria (*criterion validity*) dan kesahan konstruk (*construct validity*). Kategori ini dikelompokkan dalam kesahan dalaman dan kesahan luaran. Bagi tujuan analisis kesahan item kajian ini, kesahan konstruk digunakan untuk menentukan sejauhmana item ini terbaik bagi mengukur apa yang sepatutnya diukur.

Oleh yang demikian, ia merupakan keupayaan set item yang digunakan berjaya menguji apa yang difokuskan untuk diuji. Kesahan konstruk biasanya disahkan dengan membandingkan ujian dengan ujian lain yang

mengukur kualiti yang serupa untuk melihat peringkat hubungan kedua-dua ukuran tersebut (Yong & Pearce, 2013).

Bagi tujuan analisis kesahan item-item untuk dua pemboleh ubah kajian ini, penyelidik menjalankan analisis faktor menggunakan perisian *Statistical Package for Social Sciences (SPSS)* dengan mengambil kira bacaan nilai *Kaiser-Meyer-Olkin (KMO)* iaitu melihat kecukupan sampel dalam ujian taburan normal. Sebagai syarat asas menjalankan analisis faktor, pemboleh ubah dikira adalah signifikan sekiranya nilai ' p ' menunjukkan kurang dari .05 ($p < .05$). Manakala, nilai KMO terbaik bagi menerangkan item dapat mengukur apa yang ingin sekiranya melebihi nilai .8.

Kaiser-Meyer-Olkin (1970) mencadangkan bahawa nilai yang tidak boleh diterima dalam statistik KMO iaitu item tidak mengukur konstruk sepenuhnya sekiranya nilainya kurang .5 (Yong & Pearce, 2013), di mana ujian seterusnya tidak dapat dilakukan.

Bagi tujuan ringkasan, Kaiser-Meyer-Olkin (1970) mencadangkan petunjuk nilai bagi tujuan ukuran tahap penerimaan item pengukuran adalah seperti berikut:

- i. Nilai .5 hingga .7 (Sederhana)
- ii. Nilai .71 hingga .8 (Baik)
- iii. Nilai .81 hingga .9 (Sangat baik)
- iv. Nilai $> .9$ (Amat baik)

Manakala *Bartlett test of Sphericity* pula adalah ujian statistik untuk melihat wujudnya korelasi antara pemboleh ubah yang memberikan kebarangkalian statistik bahawa matriks korelasi mempunyai korelasi yang signifikan antara sekurang-kurangnya beberapa pemboleh ubah. Secara dasarnya, ujian *Bartlett's* dan *KMO* digunakan untuk mengukur setiap item di dalam pemboleh ubah yang digunakan dan menentukan kesesuaian analisis faktor mengkaji keseluruhan matriks korelasi (Yong & Pearce, 2013).

Kesahan Konstruk Item Emosi Komunikator

Hasil dari analisis faktor yang dilakukan dan berdasarkan prinsip nilai *Kaiser-Meyer-Olkin (KMO)* dan *Bartlett test of sphericity*, Jadual 1 menunjukkan nilai KMO ialah .603 dan nilai *Bartlett test of sphericity* adalah signifikan pada nilai .000 ($p < .05$). Ini menunjukkan bahawa faktor analisis boleh dijalankan dengan kesimpulan jumlah saiz sampel mencukupi dan korelasi item adalah diterima dalam analisis berikutnya.

Jadual 1: Nilai KMO dan *Bartlett's Test of Sphericity* bagi Item Emosi Komunikator

KMO and Bartlett's Test		
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.603
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	2178.724
	df	378
	Sig.	.000

Pada prinsipnya komponen analisis dengan '*varimax rotation test*' telah dilaksanakan dengan berpanduan kepada faktor '*loading*' kurang dari 1 dan nilai '*Eigen*' melebihi 1.

Dari Jadual 2, menunjukkan analisis yang telah dijalankan melalui '*Rotated Component Matrix*', nilai pada setiap komponen dalam semua item adalah kurang dari 1 dan ini mengesahkan semua item ini mengukur konstruk emosi komunikator dengan 28 item yang telah diuji dengan pecahan komponen kepada 10 bahagian.

Jadual 2: *Rotated Component Matrix* bagi Item Emosi Komunikator

	Component									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
EK1	.193	-.102	.056	-.029	-.014	.068	.067	.076	.855	.043
EK2	.231	.346	.360	-.067	-.194	.352	.006	.009	.238	-.009
EK3	.032	-.004	.008	.720	.039	-.162	.066	-.110	-.043	.058
EK4	.076	-.181	.563	-.074	.049	.056	-.381	.146	.134	.373
EK5	.026	-.027	.082	.053	.739	-.117	.022	.083	-.032	.150
EK6	.193	.099	.147	.494	.501	.131	-.106	.331	.036	.098
EK7	.054	.054	.015	-.031	.003	-.003	-.004	-.058	.002	.837
EK8	-.192	.019	.024	.680	.082	.294	-.016	-.014	.067	-.222
EK9	-.213	.720	.027	.160	-.124	-.016	-.048	.129	.049	-.065
EK10	.000	.108	.012	.151	.609	.210	-.091	-.102	.032	-.380
EK11	.007	.034	.264	.492	.086	-.078	.384	.168	-.072	.003
EK12	.316	.528	.313	-.101	-.045	.007	-.067	.040	-.070	-.372
EK13	.533	.136	.097	.022	-.490	-.107	-.140	.084	.050	.109
EK14	-.070	.101	-.021	.097	.100	.766	-.023	.066	.114	-.021
EK15	.109	.537	-.317	.203	.210	.221	-.045	-.255	-.049	.123
EK16	-.245	.450	.100	.073	-.107	-.114	.464	.086	.451	-.010
EK17	-.076	.149	.662	.188	.026	.254	.046	.162	-.079	-.047
EK18	-.098	.601	.181	-.209	.182	.000	.090	-.058	-.219	.172
EK19	.011	.147	.616	.028	.088	-.177	.210	-.065	.088	-.009
EK20	.525	-.115	.267	.168	-.156	.047	.159	.314	.240	.003
EK21	.096	.068	-.046	.075	.017	.178	.116	.705	-.044	-.122
EK22	.037	-.032	.104	-.093	.033	-.019	-.015	.702	.098	.064
EK23	.222	-.208	.438	.118	.083	.095	.481	-.071	.046	-.066
EK24	.676	.014	-.096	-.076	.140	-.088	.192	.151	-.033	.083
EK25	.141	-.184	.153	-.266	-.026	.596	.268	.129	-.152	-.047
EK26	.289	.041	-.045	.060	-.286	.422	.265	.087	-.377	.196
EK27	.692	-.165	.017	-.046	.019	.151	.059	-.080	.084	-.054
EK28	.191	.003	.045	.034	-.039	.136	.760	.089	.061	.038

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.^a

Kesahan Konstruk Item Budi Bahasa

Seperti juga kesahan kostruk yang dilakukan dalam konstruk emosi komunikator, analisis faktor Jadual 3 menunjukkan nilai KMO ialah .748 dan nilai *Bartlett test of sphericity* adalah signifikan pada nilai .000 ($p < .05$). Ini menunjukkan bahawa faktor analisis seterusnya boleh dijalankan setelah memenuhi syarat saiz sampel berdasarkan item ujian.

Jadual 3: Nilai KMO dan *Bartlett's Test of Sphericity* bagi Item Budi Bahasa

KMO and Bartlett's Test	
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.	.748
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square 1112.340
	df 105
	Sig. .000

Manakala, ujian *Rotated Component Matrix* juga dijalankan bagi item untuk analisis komponen dengan berpandukan faktor '*loading*' adalah kurang dari 1 dan nilai '*Eigen*' melebihi 1.

Hasil ujian yang telah dijalankan melalui '*Rotated Component Matrix*', nilai pada setiap komponen dalam semua item adalah kurang dari 1 dan ini mengesahkan semua item ini mengukur konstruk item Budi Bahasa dengan 15 item yang diuji dengan pecahan komponen kepada lima bahagian.

Jadual 4: *Rotated Component Matrix* bagi Item Budi Bahasa

	Component				
	1	2	3	4	5
BB1	.750	.214	-.032	.130	.092
BB2	.727	.181	.249	.056	-.073
BB3	.151	-.131	.049	-.033	.774
BB4	.594	.059	.378	-.089	-.180
BB5	.767	.021	.125	.026	.089
BB6	.289	.168	.197	.537	.300
BB7	.080	.150	.726	-.109	.077
BB8	-.186	.280	.113	.062	.701
BB9	.063	.804	.088	.199	.013
BB10	.318	.492	.163	.004	.244
BB11	.246	.476	.436	.143	-.257
BB12	.246	-.060	.603	.045	.175
BB13	-.133	-.598	.269	.498	-.031
BB14	-.413	-.003	-.064	.656	-.185
BB15	.244	.098	-.169	.630	.027

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.^a

KESIMPULAN

Dari keseluruhan analisis faktor bagi dua pemboleh ubah yang dibincangkan iaitu emosi komunikator dan budi bahasa mendapati terdapat kekuatan hubungan antara item bagi mengukur konstruk dua pembolehubah. Namun demikian, bagi hasil ujian KMO masih tahap sederhana kerana mungkin boleh diperbaiki oleh pengkaji yang akan datang bagi memastikan analisis KMO meningkat nilainya menerusi penyesuaian item terkini atau bersesuaian dalam proses pengukuran kesahan konstruk dimasukkan dalam komponen item sedia ada.

Manakala bagi pengukuran pemboleh ubah budi bahasa pula, item telah diadaptasi oleh kajian sebelum ini oleh penyelidik menyatakan analisis item ini di tahap yang baik bagi pengukuran pembolehubah berkenaan. Pengembangan item dalam dua pemboleh ubah ini dilihat sebagai sumbangan yang menarik untuk diterokai dalam lapangan kajian yang berkaitan komunikasi media sosial dan adab dan budaya di Malaysia. Bukan sahaja bagi tujuan komunikasi media sosial remaja dan kemungkinan dalam komunikasi media sosial dalam kalangan dewasa yang menjadi cerminan adab dalam masyarakat yang dikategorikan dalam budaya konteks tinggi.

PENGHARGAAN

Penyelidikan ini ialah hasil dari geran Research Acculturation Grant Scheme (RAGS) (kod s/o: 13285), Kementerian Pendidikan Malaysia.

RUJUKAN

- Amani, N. (Feb, 2020). Adab sopan sudah dipinggir. *Harian Metro*. Retrieved from <https://www.hmetro.com.my/addin/2020/10/628368/adab-sopan-usah-dipinggir>
- Goudbeek, M., & Pollmann, M. (2019). *Sad people should be treated nicely: How mood influences politeness*. Abstract from ICSI 2019 Regional Conference, Tilburg, Netherlands.
- Hair, J., Black, W., Babin, B., & Andersen, R. (2010). *Multivariate data analysis* (7th ed.). NJ: Upper Saddle River, Pearson Prentice Hall.
- Keltner, D., Tracy, J. L., Sauter, D., & Cowen, A. (2019). What basic emotion theory really says for the twenty-first century study of emotion. *Journal of Nonverbal Behavior*, 43(2), 195-201. doi: 10.1007/s10919-019-00298-y
- Langlotz A., & Locher M.A. (2017) (Im)politeness and Emotion. In: Culpeper J., Haugh M., Kádár D. (eds) *The Palgrave Handbook of Linguistic (Im)politeness*. Palgrave Macmillan, London. https://doi.org/10.1057/978-1-137-37508-7_12
- Lim, K.H. (2003). *Budi as the Malay mind: A philosophical study of Malay ways of reasoning and emotion in Peribahasa*. [Unpublished dissertation]. Universiti of Hamburg, Germany.
- Romlah, R. (2013). Culturally appropriate communication in Malaysia: budi bahasa as warranty component in Malaysian discourse, *Journal of Multicultural Discourses*, 8(1), 65-78. Retrived from <http://dx.doi.org/10.1080/17447143.2012.753895>
- Rosli, T., Muniandy, Y., & Jasmi, K.A. (2019). Media sosial dan impak tingkah laku menurut Islam in Jasmi, Kamarul Azmi (Ed.), *Prosiding Seminar Sains Teknologi dan Manusia 2019 (SSTM'19)* p. 115-130.
- Yong, A. G. & Pearce, S. (2013). A beginner's guide to factor analysis: Focusing on exploratory factor analysis. *Tutorials in Quantitative Methods for Psychology*, 9(2), 79-94.