

PARADOKS PRIVASI: *ONLINE SELF-DISCLOSURE* DITINJAU DARI *PRIVACY CONCERN* PADA PENGGUNA INSTAGRAM USIA EMERGING ADULTHOOD

Paujiatul Arifah¹, Intaglia Harsanti²
Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Gunadarma¹
Fakultas Psikologi Universitas Gunadarma²
paujiatularfh@gmail.com¹, intaglia_psi@staff.gunadarma.ac.id²

Abstrak

Media sosial merupakan platform untuk dapat menampilkan diri dan berbagi informasi diri dengan orang lain. Membagikan informasi diri yang tidak mengenal batasan kemudian dapat menimbulkan masalah pada pengguna berupa risiko terhadap privasi diri yang dapat disalahgunakan oleh orang yang tidak bertanggung jawab. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh dari *privacy concern* terhadap *online self-disclosure* pada pengguna media sosial Instagram usia *emerging adulthood*. Penelitian ini menggunakan teori Johari Window untuk menjelaskan *online self-disclosure* dan teori manajemen privasi komunikasi untuk *privacy concern*. Partisipan dalam penelitian berjumlah 230 partisipan terdiri dari 150 wanita dan 80 pria. Partisipan berada pada rentang usia *emerging adulthood* yaitu usia 18 – 24 tahun. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif antara *privacy concern* dan *online self-disclosure*, hal ini menunjukkan bahwa kesadaran partisipan terhadap batasan privasi bukan menjadi alasan utama partisipan untuk mengatur *online self-disclosure* mereka. Hal tersebut menjelaskan hasil uji hipotesis dalam penelitian ini yang mendapatkan hasil bahwa *privacy concern* memiliki pengaruh terhadap *online self-disclosure* pada pengguna media sosial Instagram usia *emerging adulthood* namun dalam kategori lemah. Terdapat faktor-faktor dari variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini dan dapat menjadi saran dalam penelitian selanjutnya.

Kata Kunci: *Emerging Adulthood, Online self-Disclosure, Privacy Concern*

Abstract

Social media is a platform to be able to present yourself and share self-information with others. Sharing personal information that knows no boundaries then risks can cause problems for users in the form of personal privacy that can be misused by irresponsible people. This study aims to determine whether there is an influence of *privacy concern* on *self-disclosure online* among adult Instagram social media users. This study uses the Johari Window theory to explain *online self-disclosure* and communication privacy management theory for *privacy concern*. There were 230 participants in the study consisting of 150 women and 80 men. The participants were in the *emerging adult* age range, namely 18-24 years old. The results of the study show that there is a positive relationship between *privacy concern* and *online self-disclosure*. This indicates that participants' awareness of privacy boundaries is not the main reason for participants to manage their *online self-disclosure*. This explains the results of hypothesis testing in this study which found that *privacy concern* affects *online self-disclosure* in adult Instagram social media users but in the weak category. There are factors from other variables that were not examined in this study and can be suggestions for further research.

Keywords: *Emerging Adulthood, Online Self-Disclosure, Privacy Concern*

PENDAHULUAN

Media sosial saat ini telah menjadi keseharian bagi sebagian besar masyarakat

Indonesia, hal tersebut dapat dilihat melalui data pengguna media sosial yang mencapai 60,4% dari total populasi masyarakat

Indonesia yaitu 167 Juta pengguna (We Are Social Indonesia dalam Digital Information World, 2023). Dari banyaknya jumlah tersebut waktu yang dihabiskan pengguna media sosial Indonesia mencapai rata-rata selama 3 jam 18 menit (We Are Social Indonesia dalam Digital Information World, 2023), jumlah waktu yang tidak sedikit untuk mengakses media sosial setiap harinya. Oleh karena itu, media sosial dapat dikatakan menjadi platform yang terlibat penting dalam aktivitas sehari-hari penggunanya, bergantung pada motif penggunaan media sosial itu sendiri.

Pengguna memiliki berbagai alasan memanfaatkan media sosial, mulai dari hal yang sifatnya profesional seperti memasarkan sebuah produk, membangun citra perusahaan, mem-branding diri sampai pada hal yang sifatnya pribadi untuk membagikan *moment* pengguna atau membagikan cerita dirinya pada pengikut (*followers*) di media sosialnya. Media sosial yang digunakan untuk membagikan informasi pribadi seringkali dapat mengundang permasalahan privasi pengguna. Informasi pribadi yang dibagikan dapat dimanfaatkan oleh orang yang tidak bertanggungjawab dan akan merugikan pengguna. Keterbukaan diri di media sosial dikenal dengan *online self-disclosure*. *Online self-disclosure* didefinisikan sebagai tindakan sengaja berbagi informasi pribadi kepada orang lain (Desjarlais, 2019). Informasi yang kerap kali dibagikan seperti nomor telepon, alamat

rumah, keseharian dimana orang dapat melacak lokasi dimana pengguna berada, *background* anggota keluarga, bahkan sampai pada informasi keuangan seperti nomor kartu kredit, debit, atau rekening.

Online self-disclosure yang berlebihan tentunya dapat menimbulkan dampak negatif. Terdapat beberapa contoh kasus nyata yang diakibatkan oleh pengguna media sosial yang terlalu berlebihan membagikan data pribadinya. Seperti yang dikutip dari detik.com (Ramadhan, 2021) dimana dalam berita disebutkan bahwa terdapat pengakuan dari oknum yang ingin melakukan kejahatan dimana sebelumnya mereka telah mengumpulkan informasi melalui media sosial targetnya. Informasi mengenai lokasi alamat rumah sampai pada aktivitas orang yang berada di rumah tersebut mudah diketahui melalui postingan orang yang sudah menjadi target kejahatan mereka. Hal ini menunjukkan bahwa *online self-disclosure* yang berlebihan dapat menimbulkan dampak negatif bagi penggunanya terutama berkenaan dengan keselamatan.

Online self-disclosure yang berlebihan di antaranya dapat disebabkan oleh karakteristik dari komunikasi online di media sosial, dimana karakteristik tersebut merubah cara orang untuk berkomunikasi atau yang biasa disebut dengan *computer mediated communication* (CMC). Karakteristik tersebut menurut (Masur, 2017) adalah komunikasi hiperpersonal yaitu komunikasi yang

dilakukan secara online lebih diinginkan dan lebih memiliki keintiman dibandingkan dengan komunikasi tatap muka; terhubung online secara permanen, dimana saat ini komunikasi online dapat dilakukan secara virtual melalui *smartphone* yang dapat diakses dimana saja dan kapan saja; dan karakteristik lainnya adalah praktik komunikasi multimoda yaitu komputer sebagai platform teknologi yang menggabungkan berbagai media untuk interaksi antar individu. Karakter komunikasi online yang berbeda dari komunikasi tatap muka dapat membuat orang lebih nyaman dalam membagikan informasi dirinya di internet.

Proses *online self-disclosure* dapat dijelaskan melalui teori Johari Window oleh Joseph Luft dan Harry Ingham. Model yang dibuat oleh Luft dan Ingham dalam (West & Turner, 2019) diilustrasikan dalam empat panel sebagai berikut.

Open/ free area adalah seluruh informasi mengenai diri yang diketahui dan ingin dibagikan oleh orang lain melalui pengungkapan diri. Ketika seseorang ingin membagikan informasi mengenai dirinya panel *open/ free area* akan bertambah besar. *Hidden area/ fasad* adalah informasi mengenai diri yang diketahui tetapi tidak ingin dibagikan pada orang lain. *Blind spot* adalah informasi yang orang lain tahu mengenai diri seseorang, namun ia tidak mengetahuinya. *Unknown-self* adalah informasi yang diri sendiri dan orang lain

tidak ketahui. Luft dan Ingham percaya bahwa setiap orang memiliki misteri atau potensi dalam dirinya, jika informasi tersebut tidak dicoba atau tidak dipelajari maka akan selamanya berada dalam panel *unknown-self*.

Gambar 2 menunjukkan panel saat seseorang memutuskan untuk memiliki keterbukaan diri pada orang lain. Panel *open area* akan lebih besar disbanding *hidden area*, jika seseorang menahan keterbukaan dirinya maka panel akan menunjukkan sebaliknya. Ketika orang lain memberi umpan balik, seseorang akan mempelajari dirinya lebih banyak dan *blind area* akan berkurang serta keterbukaan diri akan meningkat. Ketika seseorang memiliki pengalaman baru dan mempelajari dirinya lebih banyak maka *unknown-self* akan berkurang dan informasi mengenai diri akan lebih banyak untuk dipilih apakah dapat dibagikan ke orang lain atau tidak.

Online self-disclosure seseorang selain disebabkan oleh karakteristik komunikasi online juga dapat dipengaruhi oleh faktor internal. Faktor internal tersebut di antaranya kebutuhan untuk populer (Setyaningsih, 2016); Motif pribadi (Yang & Tan, 2012); dan *privacy concern* (Robinson, 2017; Zlatolas, Höbl, Heričko, dan Kamišalić, 2019; Joinson, Reips, Buchanan, dan Schofield, 2010; Zhang, R & Fu, 2020; Gruzd & García, 2018). Dalam penelitian ini peneliti mengambil faktor internal *privacy concern* untuk diteliti pengaruhnya terhadap *online self-disclosure*. Oleh karena itu tujuan dari

penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh dari *privacy concern* terhadap *online self-disclosure*.

Privacy menurut Westin dalam (Joinson et al., 2007) didefinisikan sebagai klaim individu, kelompok atau institusi untuk menentukan kapan, bagaimana, dan sejauh mana informasi pribadinya untuk dikomunikasikan pada orang lain. Sedangkan *privacy concern* diartikan sebagai keinginan untuk menyimpan informasi pribadi dari orang lain, masing-masing individu memiliki tingkatan yang berbeda dalam menerapkan *privacy concern* (Joinson et al., 2007).

Definisi *privacy concern* di atas dapat diterapkan dalam konteks online sebagai batasan sejauh mana orang akan membagikan informasinya melalui internet khususnya media sosial. Keterbukaan diri yang terlalu berlebihan di internet dapat memiliki dampak negatif yang merugikan. Dampak yang bisa ditimbulkan seperti kebocoran data baik identitas maupun data pribadi lainnya; asosiasi yaitu menghubungkan antar pengguna melalui *tag* di media sosial, jika yang dihubungkan melakukan atau memposting hal negatif maka akan berdampak pada orang yang di-*tag*; serta pelacakan lokasi dan *profiling* (Acquisti, 2008).

Teori manajemen privasi komunikasi oleh Petronio dapat menjelaskan mengapa orang berusaha untuk mengatur informasi pribadinya di media sosial. Teori ini

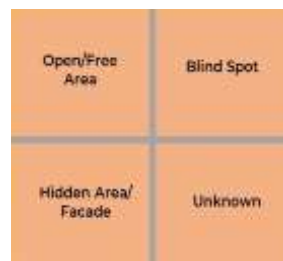
berasumsi bahwa individu akan membuat batasan keterbukaan dan kerahasiaan dirinya, Batasan tersebut bersifat tentatif dan relatif (Nuridin, 2020). Teori manajemen privasi komunikasi menjelaskan bahwa masing-masing orang memiliki kerangka kerja untuk memperhitungkan risiko dan manfaat dari membagikan informasi pribadi dirinya (Reinecke & Oliver, 2017).

Keterbukaan informasi pribadi juga bergantung pada platform yang digunakan seseorang. Saat ini platform media sosial sudah memiliki banyak pilihan dan memiliki karakteristiknya masing-masing. Pada penelitian ini peneliti melihat *online self-disclosure* pada pengguna aktif Instagram. Platform Instagram dipilih dengan pertimbangan fitur lengkap Instagram yang dapat mendukung seseorang untuk dapat maksimal dalam membagikan informasi mengenai dirinya pada pengguna lain. Melalui fitur ini pengguna dapat berbagi konten berupa foto, video, caption dilengkapi juga dengan filter dan efek yang bervariasi.

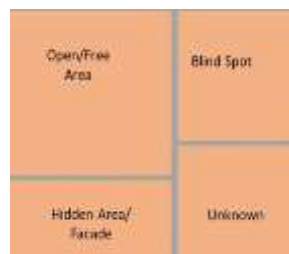
Online self-disclosure juga dapat berbeda tergantung dari latar belakang usia penggunanya. Penelitian ini menentukan usia peralihan dari remaja ke dewasa menjadi partisipan. Hal tersebut berlandaskan pertimbangan bahwa usia peralihan atau yang biasa disebut dengan *emerging adulthood* adalah usia dimana seseorang mulai hidup mandiri dan mencoba hal-hal baru (Arnett, 2018). Usia *emerging adulthood* adalah usia antara 18 – 24 tahun, dimana usia ini di

Indonesia adalah usia memasuki dunia perkuliahan atau mulai bekerja, sehingga *emerging adulthood* dapat membagikan konten mengenai dirinya melalui media sosial Instagram. Selain itu, menurut Arnett (2018) usia *emerging adulthood* juga menjadi masa dimana seseorang seringkali merasa tidak stabil. Ketidakstabilan ini disebabkan oleh harapan dan ekspektasi dari orang lain yang belum bisa terpenuhi. Selain ketidakstabilan, usia *emerging adulthood* juga menjadi masa pencarian identitas seseorang, berusaha untuk memahami diri sendiri, dan bagaimana cara agar dapat beradaptasi di lingkungan masyarakat yang lebih luas. Perkembangan seseorang menuju dewasa tersebut saat ini sebagian besar melibatkan media sosial di dalamnya.

Riset komunikasi mengenai *privacy concern* dan bagaimana pengaruhnya terhadap keterbukaan diri adalah salah satu tema penelitian dalam konteks CMC (*computer mediated communication*), tema penelitian ini menjadi semakin menarik sebab pembahasan mengenai privasi di media sosial perlu untuk terus diperdalam, mengingat pengguna media sosial khususnya usia *emerging adulthood* yang rawan akan ancaman terhadap bahaya sebagai akibat dari pengungkapan diri yang berlebihan di media sosial. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk melihat bagaimana pengaruh *privacy concern* terhadap *online self-disclosure* pada usia *emerging adulthood* di Instagram.



Gambar 1. Johari Window
Sumber: West dan Turner (2019)



Gambar 2. Johari Window Setelah Self-Disclosure
Sumber: West dan Turner (2019)

METODE PENELITIAN

Metode penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif deskriptif. Variabel independent adalah variabel *privacy concern* dan variabel *online self-disclosure* sebagai variabel dependen. Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna aktif Instagram. Penentuan sampel penelitian menggunakan teknik *accidental sampling* dengan kriteria pengguna aktif media sosial Instagram dan usia *emerging adulthood*, yaitu usia 18 – 24 tahun.

Dari 300 kuesioner yang disebar terdapat 230 kuesioner yang kembali dan bersedia diisi oleh partisipan. Sehingga partisipan dalam penelitian ini adalah 230 partisipan terdiri dari 150 wanita dan 80 pria. Skala yang digunakan adalah skala yang dimodifikasi dari alat ukur yang telah diuji sebelumnya. Berikut adalah skala ukur dalam penelitian ini.

Skala *privacy concern*

Skala *privacy concern* dimodifikasi dari skala Jia & Xu (2016) yaitu skala SNSPCP (*SNS Collective Privacy Concern*) yang terdiri dari tiga aspek dengan masing-masing empat item pernyataan. Aspek tersebut adalah *Collective Information Diffusion*, *Collective Information Access* dan *Collective Information Control*. Berdasarkan uji validitas dan realibilitas yang dilakukan, dari 12 aitem pernyataan dalam skala ukur *privacy concern* seluruh aitem pernyataan memiliki daya diskriminasi yang baik dengan nilai signifikansi di atas 0.05 dan

mendapatkan nilai realibilitas 0.91. Skala likert yang digunakan untuk mengukur variabel ini terdiri dari lima pilihan jawaban yaitu Sangat sesuai (5); Sesuai (4); Netral (3); Tidak Sesuai (2); dan Sangat Tidak Sesuai (1).

Skala *online self-disclosure*

Skala *online self-disclosure* dimodifikasi dari alat ukur Chairunnisa (2018) yang terdiri dari lima aspek yaitu *intended*, *amount*, *positive/negative self-disclosure*, *intimacy*, *honest* dan *accuracy*. Skala ukur ini terdiri dari 21 aitem pernyataan dan seluruhnya memiliki daya diskriminasi aitem yang valid (> 0.05) dan realibilitas 0.877. Skala likert yang digunakan untuk mengukur variabel ini terdiri dari lima pilihan jawaban yaitu Sangat sesuai (5); Sesuai (4); Netral (3); Tidak Sesuai (2); dan Sangat Tidak Sesuai (1). Adapun teknik analisis data dalam penelitian ini adalah regresi linier sederhana yang terdiri dari uji normalitas dan linieritas, uji korelasi dan uji hipotesis yaitu uji regresi linier sederhana.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil penelitian, didapatkan bahwa terdapat hubungan antara *privacy online* dan *online self-disclosure*. Hubungan ini ditunjukkan dari hasil uji korelasi. Dalam penelitian ini hasil uji korelasi digambarkan pada tabel 1.

Berdasarkan hasil uji korelasi di atas didapatkan bahwa *online self-disclosure* dan *privacy concern* memiliki hubungan yang signifikan namun berada pada derajat hubungan lemah dengan arah positif. Hasil tersebut menunjukkan bahwa jika nilai *privacy concern* semakin tinggi, maka nilai *online self-disclosure* juga akan meningkat.

Sedangkan berdasarkan hasil uji hipotesis didapatkan bahwa nilai F sebesar 31,286 dan koefisien signifikansi sebesar 0,000 ($p \leq 0,05$). Oleh karena itu hipotesis penelitian ini diterima, yaitu *privacy concern* memiliki pengaruh terhadap *online self-disclosure*. Hasil uji hipotesis dapat dilihat pada tabel 2.

Berikut ini disajikan juga tabel hasil uji regresi. Hasil uji regresi dapat dilihat pada tabel 3 berikut. Berdasarkan hasil uji regresi linier sederhana didapatkan hasil bahwa *privacy concern* memiliki pengaruh sebesar 15.7% terhadap *online self-disclosure*. Sedangkan sisanya yaitu 84.3% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Privacy concern dapat mempengaruhi keputusan seseorang untuk dapat terbuka di media sosial. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Zlatolas, Welzer, Hölbl, Heličko dan Kamišalić (2019) yang meneliti *privacy concern* dan *online self-disclosure* informasi pribadi di media sosial Facebook, menemukan bahwa semakin tinggi *privacy concern* seseorang maka akan semakin hati-hati dalam memilih informasi yang akan

dibagikan. Hasil ini menunjukkan bahwa *privacy concern* tetap memiliki pengaruh terhadap *online self-disclosure* meskipun dalam media sosial yang berbeda.

Pada penelitian sebelumnya ditemukan juga perbedaan arah hubungan dengan hasil penelitian ini. Jika hasil penelitian ini menemukan bahwa *privacy concern* memiliki hubungan negatif dengan *online self-presentation*, pada penelitian (Zhang, R & Fu, 2020) ditemukan hubungan dengan arah negatif. Hal ini dapat disebabkan oleh partisipan dalam penelitian ini yang sebenarnya telah menyadari pentingnya menjaga privasi dan risiko dari keterbukaan diri yang berlebihan di media sosial, namun terdapat faktor lain yang memiliki dorongan lebih kuat dalam individu untuk tetap membagikan informasi dirinya di media sosial.

Faktor tersebut di antaranya adalah karena individu ingin mendapatkan popularitas di media sosial. Hal ini yang dapat menjadi faktor mengapa hasil pengaruh dari *privacy concern* terhadap *online self-disclosure* dalam penelitian ini termasuk dalam kategori lemah. McCullagh (2008) dalam penelitian sebelumnya menemukan bahwa individu akan tetap membagikan informasi dirinya di media sosial meskipun telah mengetahui risikonya. Hal ini juga dapat disebabkan oleh usia partisipan yang berada dalam rentang usia peralihan remaja. Partisipan dalam penelitian ini paling banyak adalah usia 20 dan 21

tahun. Usia peralihan remaja adalah usia dimana seseorang memiliki banyak hal untuk dibagikan di media sosial. Pada usia tersebut *emerging adulthood* mulai untuk mencoba banyak hal baru dan mulai untuk hidup mandiri, sehingga merasa perlu untuk membagikan informasi di media sosial.

Aktifnya *emerging adulthood* dalam membagikan konten di media sosial juga dapat terlihat dari frekuensi postingan setiap harinya. Partisipan dalam penelitian ini dapat membagikan konten 1-2 postingan setiap hari. Konten yang seringkali dibagikan oleh partisipan paling banyak adalah berbagi informasi aktivitas sehari-hari, serta video dan foto diri.

Terdapat temuan menarik dalam penelitian ini bahwa partisipan dominan memiliki *second account* di media sosial Instagram. Bahkan memiliki lebih dari satu *second account*. Alasan partisipan memiliki *second account* karena mereka merasa lebih nyaman dan leluasa dalam membagikan konten di media sosial. Hal ini menandakan bahwa individu lebih memilih untuk terbuka bukan pada orang yang mereka kenal di dunia nyata, melainkan pada orang lain yang hanya memiliki hubungan di dunia online atau media sosial. Hasil penelitian tersebut memiliki perbedaan dengan hasil penelitian sebelumnya. Gruzd & García (2018) menemukan bahwa tidak terdapat perbedaan *privacy concern* pada akun media

sosial privat (*second account*) dan akun publik (akun utama di media sosial).

Temuan tersebut dapat dijelaskan dengan teori Johari Window, yaitu masing-masing individu memiliki area terbuka atau *open area* dengan informasi diri yang bebas dibagikan pada orang lain melalui media sosial. Selain itu, individu juga memiliki *hidden area* yaitu informasi diri yang diketahui oleh individu tetapi tidak ingin dibagikan pada orang lain. Pada temuan penelitian ini individu memiliki *hidden area* terhadap orang lain di dunia nyata, sedangkan di media sosial informasi yang sebelumnya berada di *hidden area* dapat berpindah ke *open area* melalui *second account* di Instagram.

Kesadaran akan *privacy* perlu ditingkatkan pada pengguna media sosial di Indonesia. *Privacy concern* dapat ditingkatkan dengan memperbanyak literasi menggunakan media sosial dengan bijak terutama pada pengguna media sosial di usia muda termasuk usia *emerging adulthood*. Pengguna media sosial perlu untuk mengetahui batasan mengenai informasi pribadi yang seharusnya dibagikan atau tidak dibagikan di media sosial. Pengguna perlu untuk mengetahui risiko apabila terlalu banyak membagikan informasi pribadinya, sehingga dapat bijak dalam menggunakan media sosial.

Tabel 1. Hasil Uji Koefisien Korelasi

	Pearson Correlation	Sig.
<i>Online self-disclosure</i>		
<i>Privacy concern</i>	0.396	0.000

Sumber: Data Olahan Peneliti (2023)

Tabel 2. Hasil Uji Hipotesis

	F	Sig.
<i>Online self-disclosure</i>	31.286	0.000
<i>Privacy Concern</i>		

Sumber: Data Olahan Peneliti(2023)

Tabel 3. Hasil Uji Regresi

	R	R ²	Adj. R ²
<i>Online self-disclosure</i>	0.396	0.157	0.153
<i>Privacy Concern</i>			

Sumber: Data Olahan Peneliti (2023)

SIMPULAN DAN SARAN

Melalui penelitian ini dapat disimpulkan bahwa *privacy concern* memiliki pengaruh terhadap *online self-disclosure* pada pengguna Instagram usia *emerging adulthood* namun berada pada kategori pengaruh yang lemah. Selain itu *privacy concern* memiliki arah hubungan positif terhadap *online self-disclosure*, hal ini menunjukkan bahwa meskipun individu menyadari risiko dari keterbukaan diri yang berlebihan di media sosial, dimana individu memiliki *privacy concern* namun mereka tetap memutuskan untuk membagikan informasi pribadinya di media sosial Instagram. Hal tersebut dapat disebabkan oleh faktor lain yang dapat diteliti pada penelitian selanjutnya sebagai faktor yang

dapat mempengaruhi *online self-disclosure* di media sosial.

Sejalan dengan teori manajemen privasi komunikasi oleh Petronio yang menjelaskan bahwa setiap individu memiliki pengaturan masing-masing dalam memberikan batasan mengenai privasi dirinya. Oleh karena itu, individu telah memperhitungkan konsekuensi yang bisa didapatkan dari *online self-disclosure* mereka di media sosial.

Melalui penelitian disarankan bagi pengguna media sosial agar lebih bijak dalam membagikan informasi pribadi diri di media sosial sebagai bentuk dari *online self-disclosure*. Selain individu, pemerintah juga lembaga dimana terdapat pengguna media sosial *emerging adulthood* dapat

menggencarkan kembali literasi media sosial dengan menekankan informasi mengenai risiko yang bisa didapatkan dari media sosial agar dapat meningkatkan *privacy concern* pengguna media sosial usia *emerging adulthood*.

DAFTAR PUSTAKA

- Acquisti, A. (2008). Identity Management, Privacy, and Price Discrimination. *IEEE Security Privacy*, 6(2), 46–50. <https://ssrn.com/abstract=3305361>
- Arnett, J. J. (2018). *Adolescence and Emerging Adulthood: A Cultural Approach Sixth Edition*. Pearson Education.
- Desjarlais, M. (2019). *The Psychology and Dynamics Behind Social Media Interactions*. IGI Global Information Science Reference.
- Digital Information World. (2023). *Essential Insights Into Internet, Social Media, Mobile, and E-Commerce Use Around The World*. Digital Information World. <https://www.digitalinformationworld.com/2018/07/global-internet-stats-infographic.html>
- Gruzd, A., & García, A. H. (2018). Privacy Concerns and Self-Disclosure in Private and Public Use of Social Media. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 21(7), 418–428. DOI: 10.1089/cyber.2017.0709
- Jia, H., & Xu, H. (2016). Measuring individuals' concerns over collective privacy on social networking sites. *Cyberpsychology: Journal of Psychosocial Research on Cyberspace*, 10(1), 1–4. doi: 10.5817/CP2016-1-4
- Joinson, A. N., McKenna, K. Y. A., Postmes, T., & Reips, U.-D. (2007). *The Oxford Handbook of Internet Psychology*. Oxford University Press.
- Joinson, A. N., Reips, U. -D., Buchanan, T., & Schofield, C. B. (2010). Privacy, Trust, and Self-Disclosure Online. *Human- Computer Interaction*, 25(2010), 1-24. <https://dx.doi.org/10.1080/07370020903586662>
- Masur, P. K. (2017). *Situational Privacy and Self-Disclosure: Communication Processes in Online Environments*. Springer International Publishing AG.
- McCullagh, K. (2008). Blogging: Self Presentation and Privacy. *Information & Communication Law*, 17(1). <https://doi.org/10.1080/13600830801886984>
- Nurdin, A. (2020). *Teori Komunikasi Interpersonal Disertai Contoh Fenomena Praktis*. Kencana.
- Ramadhan, D. I. (2021, December 7). *Rampok Incar Selebritas Pamer Harta di Medsos, Siapa Targetnya?* Detik.Com. <https://news.detik.com/berita-jawa-barat/d-5844387/rampok-incar-selebritas-pamer-harta-di-medsos-siapa-targetnya>

- Reinecke, L., & Oliver, M. B. (2017). *The Routledge Handbook of Media Use and Well-Being: International Perspective Theory and Research on Positive Media Effects*. Routledge.
- Robinson, S. C. (2017). Self-Disclosure and Managing Privacy: Implications for Interpersonal and Online Communication for Consumers and Marketers. *Journal of Internet Commerce*, 16(4), 385-404. DOI:10.1080/15332861.2017.1402637
- Setyaningsih, R. (2016). Memahami Hubungan Kebutuhan untuk Populer dan Keterbukaan Diri (Self Disclosure) pada Pengguna Facebook: Sebuah Tinjauan Literatur. *Jurnal Psikologi Proyeksi*, 11(1). <http://dx.doi.org/10.30659/jp.11.1.93-104>
- West, R. L., & Turner, L. H. (2019). *Interpersonal Communication* (4th ed.). Sage.
- Yang, L., & Tan, B. C. Y. (2012). Self-Disclosure on Online Social Networks: Motives, Context Feature, and Media Capabilities. *International Conference on Interaction Science*.
- Zhang, R., & Fu, J. S. (2020). Privacy Management and Self-Disclosure on Social Network Sites: The Moderating Effects of Stress and Gender. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 25(3), 236–251. <https://doi.org/10.1093/jcmc/zmaa004>
- Zlatolas, L. N, Welzer, T., Hölbl, M., Heričko, M. & Kamišalić. (2019). A Model of Perception of Privacy, Trust, and Self-Disclosure on Online Social Network. *Entropy*, 21(772), 1 -18. doi:10.3390/e2108077