SELARAS
Journal of Psychological Studies
Vol.2, No.2, Oktober 2026
E-ISSN: 3164-001X

Privacy Paradox di Media Sosial: Studi Kuantitatif tentang *Privacy Concern* dan *Self-Disclosure*

Putri Joeliya & Allessandra Theresia
Fakultas Psikologi, Universitas Pelita Harapan, Indonesia
Email korespondensi: allessandra.theresia@uph.edu

Abstract
This study examined the relationship between privacy concern and self-disclosure among social media users in Indonesia as an indication of the privacy paradox. A quantitative correlational design was employed involving 445 active social media users. Data were collected using adapted measures of privacy concern and self-disclosure and analyzed using Spearman's rho correlation. The results showed a statistically significant but very weak positive relationship between privacy concern and self-disclosure ($\rho = .165$, $p < .001$). Thus, greater privacy concern was not associated with lower self-disclosure. Rather than demonstrating the privacy paradox directly, these findings provide preliminary evidence of a pattern consistent with the phenomenon. The small effect size indicates that privacy concern alone has limited practical relevance in explaining self-disclosure and suggests that other psychological and social factors may play a more substantial role. These findings contribute to understanding online privacy behavior among Indonesian social media users while highlighting the need for future studies to directly examine discrepancies between privacy attitudes and actual disclosure behavior.

Keywords: *privacy concern; privacy paradox; self-disclosure; social media*

Abstrak
Penelitian ini bertujuan menguji hubungan antara privacy concern dan self-disclosure pada pengguna media sosial di Indonesia sebagai indikasi fenomena privacy paradox. Penelitian menggunakan desain kuantitatif korelasional dengan melibatkan 445 pengguna aktif media sosial. Data dikumpulkan menggunakan instrumen privacy concern dan self-disclosure yang telah diadaptasi dan dianalisis menggunakan korelasi Spearman. Hasil menunjukkan hubungan positif yang signifikan tetapi sangat lemah antara privacy concern dan self-disclosure ($\rho = .165$; $p < .001$). Artinya, peningkatan kekhawatiran privasi tidak berkaitan dengan penurunan keterbukaan diri. Temuan ini tidak membuktikan privacy paradox secara langsung, tetapi memberikan indikasi pola yang konsisten dengan fenomena tersebut. Kecilnya kekuatan hubungan menunjukkan bahwa privacy concern memiliki keterkaitan praktis yang terbatas dengan self-disclosure dan mengindikasikan adanya faktor psikologis maupun sosial lain yang berperan. Penelitian ini memberikan gambaran awal mengenai dinamika privasi digital pengguna media sosial Indonesia dan menegaskan perlunya penelitian selanjutnya yang mengukur secara langsung ketidaksesuaian antara sikap privasi dan perilaku berbagi informasi.

Kata Kunci: *privacy concern; self-disclosure; privacy paradox*; media sosial; privasi digital.

SELARAS
Journal of Psychological Studies
Vol.2, No.2, Oktober 2026
E-ISSN: 3164-001X

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah mengubah cara individu berinteraksi dan membangun relasi sosial di ruang daring. Media sosial memungkinkan individu untuk terhubung, berkomunikasi, dan membagikan berbagai aspek kehidupan pribadi secara cepat kepada audiens yang luas (Van Dijk, 2020). Dalam konteks ini, media sosial tidak lagi hanya berfungsi sebagai sarana pertukaran informasi, tetapi juga menjadi ruang untuk membangun identitas diri dan memperoleh validasi sosial melalui interaksi daring (Boyd & Ellison, 2007; Zhao et al., 2008). Respons seperti *likes*, komentar, dan keterlibatan pengguna lain memperkuat keterhubungan sosial individu dalam penggunaan media sosial (Marwick & Boyd, 2014).

Salah satu perilaku yang umum muncul dalam penggunaan media sosial adalah *self-disclosure. Self-disclosure* merupakan tindakan individu dalam mengungkapkan informasi pribadi, seperti pengalaman, opini, perasaan, foto, maupun lokasi kepada orang lain (Nguyen et al., 2012). Media sosial memberikan kesempatan bagi individu untuk melakukan keterbukaan diri secara lebih luas dibandingkan komunikasi tatap muka. Namun, tingginya perilaku *self-disclosure* juga diikuti oleh meningkatnya kekhawatiran terhadap privasi digital.

Privacy concern merujuk pada tingkat kekhawatiran individu terhadap pengumpulan, penggunaan, dan penyebaran data pribadi oleh pihak lain di media sosial (Hariguna et al., n.d.). Meningkatnya kasus kebocoran data dan penyalahgunaan informasi pribadi membuat isu privasi digital menjadi semakin penting dalam penggunaan media sosial. Meskipun demikian, banyak individu tetap aktif membagikan informasi pribadi meskipun menyadari adanya risiko privasi. Kondisi ini dikenal sebagai *privacy paradox*, yaitu ketidaksesuaian antara tingginya kekhawatiran privasi dan perilaku individu yang tetap melakukan *self-disclosure* di media sosial (Kokolakis, 2017). Kondisi ini menjadi penting untuk diteliti di Indonesia karena tingginya penggunaan media sosial tidak selalu diikuti oleh peningkatan kesadaran dan perlindungan terhadap privasi digital pengguna.

Fenomena *privacy paradox* diduga berkaitan dengan beberapa faktor psikologis yang memengaruhi perilaku individu dalam menggunakan media sosial. *Theory of Planned Behavior* menjelaskan bahwa perilaku dipengaruhi oleh sikap, norma subjektif, dan *perceived behavioral control* (Ajzen, 1991). Dalam konteks media sosial, individu dapat memiliki kekhawatiran terhadap privasi, tetapi norma sosial dan kebutuhan untuk tetap terhubung dengan lingkungan digital tetap mendorong perilaku *self-disclosure.* Selain itu, *privacy calculus theory* menjelaskan bahwa individu mempertimbangkan manfaat dan risiko sebelum membagikan informasi pribadi (Dinev & Hart, 2006). Individu sering kali menilai manfaat sosial, seperti penerimaan sosial dan validasi diri, lebih besar dibandingkan risiko privasi yang mungkin terjadi.

UPH Universitas Pelita Harapan FAKULTAS PSIKOLOGI
selaras.jurnalpsi@gmail.com
https://ojs.uph.edu/index.php/selaras

Beberapa faktor lain juga dapat memengaruhi perilaku *self-disclosure* di media sosial. Kebutuhan akan penerimaan sosial dan validasi diri mendorong individu untuk tetap aktif membagikan informasi pribadi secara daring (Trepte & Reinecke, 2011). *Fear of missing out* (FOMO) juga membuat individu terdorong untuk terus terlibat dalam aktivitas media sosial agar tidak merasa tertinggal dari lingkungan sosialnya (Przybylski et al., 2013). Selain itu, persepsi kontrol terhadap fitur privasi, seperti akun privat atau pembatasan *audiens*, dapat menciptakan rasa aman semu sehingga individu merasa tetap memiliki kendali terhadap informasi pribadinya (Brandimarte et al., 2013). Di media sosial, individu juga sering mengalami kesulitan dalam membedakan batas antara audiens privat dan publik sehingga informasi pribadi dapat tersebar kepada kelompok yang lebih luas dari yang diperkirakan (Marwick & Boyd, 2014).

Fenomena *privacy paradox* memiliki berbagai dampak negatif, baik dari sisi keamanan digital maupun psikologis. *Self-disclosure* yang berlebihan dapat meningkatkan risiko kebocoran data pribadi, penipuan digital, *doxing*, dan *identity theft* (Tania, 2023). Selain itu, masalah privasi dalam penggunaan media sosial juga berkaitan dengan meningkatnya kelelahan bermedia sosial dan ketidaknyamanan psikologis pada pengguna media sosial (Hafiza et al., 2022). Meskipun demikian, individu tetap menunjukkan kecenderungan untuk membagikan informasi pribadi secara daring.

Penelitian sebelumnya menunjukkan hasil yang belum konsisten terkait hubungan antara *privacy concern* dan *self-disclosure*. Gruzd & Hernández-García (2018) menemukan bahwa individu dengan tingkat *privacy concern* tinggi tetap melakukan *self-disclosure* secara aktif di media sosial. Penelitian lain menunjukkan bahwa perilaku self-disclosure juga dipengaruhi oleh *trust, perceived control*, dan faktor sosial dalam penggunaan media sosial (Siahaan et al., 2022). Di Indonesia, penelitian Arifah & Harsanti (2023) menunjukkan adanya indikasi *privacy paradox* pada pengguna Instagram usia emerging adulthood.

Meskipun *privacy paradox* telah banyak dibahas dalam literatur internasional, pemahaman mengenai fenomena ini dalam konteks pengguna media sosial Indonesia masih terbatas. Sejumlah penelitian menunjukkan bahwa kekhawatiran terhadap privasi tidak selalu diikuti oleh pengurangan perilaku berbagi informasi karena keputusan pengguna dapat dipengaruhi oleh *trust*, *perceived control*, manfaat sosial, serta karakteristik penggunaan platform (Gruzd & Hernández-García, 2018; Siahaan et al., 2022). Dalam konteks Indonesia, persoalan tersebut menjadi penting karena tingginya penggunaan media sosial berlangsung bersamaan dengan meningkatnya kesadaran publik terhadap risiko kebocoran dan penyalahgunaan data pribadi. Namun, bukti empiris mengenai sejauh mana *privacy concern*

UPH Universitas Pelita Harapan FAKULTAS PSIKOLOGI
selaras.jurnalpsi@gmail.com
https://ojs.uph.edu/index.php/selaras

berkaitan dengan kecenderungan *self-disclosure* pada pengguna media sosial Indonesia masih relatif terbatas dan belum menunjukkan pola yang konsisten.

Selain itu, *privacy paradox* pada dasarnya merujuk pada ketidaksesuaian antara sikap atau kekhawatiran terhadap privasi dan perilaku aktual dalam mengungkapkan informasi. Penelitian korelasional antara *privacy concern* dan *self-disclosure* tidak secara langsung mengukur ketidaksesuaian tersebut pada tingkat individu. Oleh karena itu, penelitian ini tidak dimaksudkan untuk membuktikan keberadaan *privacy paradox* secara langsung, melainkan menguji apakah pola hubungan antara *privacy concern* dan *self-disclosure* menunjukkan indikasi yang konsisten dengan privacy paradox pada pengguna media sosial Indonesia. Berbeda dari penelitian yang berfokus pada kelompok pengguna atau platform tertentu, penelitian ini melibatkan 445 pengguna aktif media sosial dengan variasi usia dan penggunaan berbagai platform. Penelitian ini bertujuan untuk menguji hubungan antara *privacy concern* dan *self-disclosure* pada pengguna media sosial di Indonesia serta mengevaluasi sejauh mana kekuatan hubungan tersebut memiliki makna teoretis dan praktis dalam memahami indikasi *privacy paradox*.

METODE

Partisipan

Populasi target penelitian ini adalah pengguna media sosial di Indonesia. Penelitian melibatkan 445 responden yang memenuhi kriteria inklusi, yaitu pengguna aktif media sosial sekurang-kurangnya selama enam bulan terakhir dan pernah membagikan informasi pribadi melalui media sosial, seperti status, foto, lokasi, atau cerita pribadi. Pengambilan sampel dilakukan menggunakan teknik *purposive sampling* melalui penyebaran kuesioner secara daring. Meskipun partisipan berasal dari beberapa wilayah Indonesia, distribusi geografis sampel tidak merata karena 82,47% responden berdomisili di Pulau Jawa. Oleh karena itu, sampel penelitian ini tidak dimaksudkan sebagai representasi proporsional pengguna media sosial Indonesia secara nasional.

Desain

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain korelasional. Desain korelasional dipilih karena penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel, yaitu *privacy concern* sebagai variabel bebas (independen) dan *self-disclosure* sebagai variabel terikat (dependen). Desain ini digunakan untuk mengidentifikasi ada atau tidaknya

hubungan antarvariabel dalam suatu populasi tanpa melakukan manipulasi variabel (Sugiyono, 2017).

Pendekatan kuantitatif digunakan karena data yang dikumpulkan berupa data numerik yang dianalisis secara statistik untuk menguji hipotesis penelitian. Pendekatan ini dinilai sesuai untuk mengidentifikasi pola hubungan antara *privacy concern* dan *self-disclosure* pada pengguna media sosial dalam skala yang luas.

Prosedur

Penelitian ini dilaksanakan melalui beberapa tahap, dimulai dari penyusunan instrumen berdasarkan teori dan penelitian terdahulu yang relevan. Selanjutnya, dilakukan uji coba instrumen kepada sekitar 30 responden untuk menguji validitas dan reliabilitas item. Hasil uji coba digunakan sebagai dasar untuk memperbaiki redaksi item yang kurang jelas serta mengevaluasi kelayakan item dalam instrumen penelitian.

Setelah instrumen dinyatakan layak, pengumpulan data utama dilakukan secara daring melalui penyebaran kuesioner online kepada pengguna media sosial di Indonesia. Partisipasi responden bersifat sukarela dan anonim untuk menjaga kerahasiaan data pribadi. Data yang terkumpul kemudian diperiksa kelengkapannya sebelum dilakukan proses analisis statistik.

Instrumen

Penelitian ini menggunakan dua instrumen, yaitu *Privacy Concern Scale* untuk mengukur kekhawatiran individu terhadap privasi dan *Revised Self-Disclosure Scale* untuk mengukur kecenderungan pengungkapan diri di media sosial. Kedua instrumen diadaptasi agar sesuai dengan konteks penggunaan media sosial di Indonesia.

Privacy Concern Scale

Privacy concern diukur menggunakan *Privacy Concern Scale* yang diadaptasi dari Wang et al. (2022). Instrumen terdiri atas 16 item yang mencakup tiga dimensi, yaitu *collection concern*, *usage concern*, dan *awareness concern*. *Collection concern* menggambarkan kekhawatiran terhadap pengumpulan data pribadi oleh pihak lain, *usage concern* berkaitan dengan kekhawatiran mengenai penggunaan data pribadi, termasuk penggunaan untuk tujuan lain maupun pemberian data kepada pihak ketiga, sedangkan *awareness concern* berkaitan dengan kesadaran dan pemahaman individu mengenai data yang dikumpulkan serta bagaimana data tersebut digunakan dan dibagikan. Instrumen menggunakan skala Likert lima poin, mulai dari 1

(Sangat Tidak Setuju) hingga 5 (Sangat Setuju). Skor yang lebih tinggi menunjukkan tingkat kekhawatiran terhadap privasi yang lebih tinggi.

Instrumen diterjemahkan ke dalam bahasa Indonesia dan dilakukan prosedur *back-translation* untuk mempertahankan kesetaraan makna dengan instrumen asli. Selanjutnya, instrumen diuji coba kepada sekitar 30 responden untuk mengevaluasi kejelasan redaksi serta karakteristik psikometrik item sebelum digunakan pada pengumpulan data utama. Item yang dinilai ambigu atau kurang memadai dievaluasi dan diperbaiki berdasarkan hasil uji coba.

Pada penelitian sebelumnya, *Privacy Concern Scale* menunjukkan reliabilitas internal yang tinggi, dengan Cronbach's α sebesar .92 pada dimensi *collection concern*, .93 pada *awareness concern*, dan .96 pada *usage concern*. Pada sampel penelitian ini, hasil pengujian terhadap 16 item menunjukkan Cronbach's α = .947, dengan *item-rest correlation* berkisar antara .484 hingga .831. Nilai tersebut menunjukkan konsistensi internal yang sangat baik serta hubungan item dengan skor total yang memadai.

Revised Self-Disclosure Scale

Self-disclosure diukur menggunakan *Revised Self-Disclosure Scale* (RSDS) yang digunakan oleh Xaveria Pangestu dan diadaptasi dari konsep *self-disclosure* Wheeless. Instrumen terdiri atas 18 item yang mencakup lima dimensi, yaitu *honesty/accuracy, depth, intent, amount,* dan *valence*. Dimensi *honesty/accuracy* menggambarkan kejujuran dan ketepatan informasi yang disampaikan, *depth* menunjukkan kedalaman atau sensitivitas informasi pribadi yang dibagikan, *intent* menggambarkan tujuan atau motivasi individu dalam membuka diri, *amount* menunjukkan banyaknya informasi pribadi yang diungkapkan, sedangkan *valence* menggambarkan sifat positif atau negatif dari informasi yang dibagikan.

RSDS menggunakan skala Likert tujuh poin, mulai dari 1 (Sangat Tidak Setuju) hingga 7 (Sangat Setuju), dengan skor yang lebih tinggi menunjukkan kecenderungan *self-disclosure* yang lebih tinggi. Instrumen mencakup item *favourable* dan *unfavourable*; item yang berarah negatif diberikan *reverse scoring* sebelum perhitungan skor total.

Pada penelitian sebelumnya, RSDS menunjukkan konsistensi internal yang baik dengan Cronbach's α sebesar .84. Pada sampel penelitian ini, analisis terhadap 18 item menghasilkan Cronbach's α = .761, sehingga secara keseluruhan reliabilitas skala berada pada tingkat yang dapat diterima. Hasil analisis item menunjukkan *item-rest correlation* antara −.316 hingga .732. Beberapa item, yaitu SD5, SD6, SD7, SD15, dan SD18, menunjukkan korelasi negatif terhadap skor skala pada analisis keseluruhan.

SELARAS
Journal of Psychological Studies
Vol.2, No.2, Oktober 2026
E-ISSN: 3164-001X

Temuan tersebut perlu ditafsirkan dengan mempertimbangkan sifat multidimensional RSDS karena kelima dimensi mengukur aspek *self-disclosure* yang berbeda. Analisis reliabilitas per dimensi menunjukkan Cronbach's α sebesar .869 pada Dimensi 1, .775 pada Dimensi 2, .769 pada Dimensi 3, dan .825 pada Dimensi 4, sedangkan Dimensi 5 menunjukkan reliabilitas yang lebih rendah, yaitu α = .570. Dengan demikian, reliabilitas skor total RSDS masih dapat diterima, tetapi interpretasi hasil perlu mempertimbangkan heterogenitas antar-dimensi dan keterbatasan konsistensi internal pada salah satu dimensi.

Teknik Analisis

Data dianalisis menggunakan teknik statistik korelasional untuk menguji hubungan antara *privacy concern* dan *self-disclosure*. Sebelum analisis utama, dilakukan uji asumsi yang meliputi uji validitas, reliabilitas, dan normalitas data. Analisis statistik dilakukan dengan bantuan perangkat lunak JASP. Pemilihan teknik analisis ini didasarkan pada tujuan penelitian yang ingin menguji hubungan antarvariabel (Sugiyono, 2017).

HASIL

Karakteristik Responden

Tabel 1 Karakteristik Demografis Responden (N = 445)

Faktor Demografis	Kategori	N	%
Jenis Kelamin	Perempuan	272	61.0
	Laki-laki	173	39.0
Usia	< 20 tahun	6	1.13
	21–25 tahun	84	19.05
	26–30 tahun	161	36.51
	31–40 tahun	121	27.44
	> 40 tahun	70	15.87
Domisili	Jawa	367	82.47
	Sumatera	24	5.39
	Kalimantan	11	2.47
	Sulawesi	5	1.12
	Bali & Nusa	7	1.57
	Lainnya	31	6.96
Durasi penggunaan harian	< 1 jam	11	2.47
	1–3 jam	106	23.82
	4–6 jam	143	32.13
	> 6 jam	185	41.57
Platform media sosial*	WhatsApp	396	88.0
	Instagram	379	84.2
	Facebook	366	81.3
	TikTok	296	65.8
	YouTube	286	63.6
	X (Twitter)	114	25.3
	Lainnya	51	8.4

**Keterangan: responden dapat memilih lebih dari satu platform.*

Universitas Pelita Harapan FAKULTAS PSIKOLOGI
selaras.jurnalpsi@gmail.com
https://ojs.uph.edu/index.php/selaras

Berdasarkan data demografis, mayoritas responden dalam penelitian ini berjenis kelamin perempuan (61%), dengan komposisi usia yang didominasi oleh kelompok dewasa muda. Kelompok usia 26–30 tahun merupakan proporsi terbesar (36,51%), diikuti oleh usia 31–40 tahun (27,44%) dan 21–25 tahun (19,05%). Keberagaman usia responden memperkuat cakupan penelitian, karena memungkinkan pengujian dinamika *privacy concern* dan *self-disclosure* pada pengguna media sosial dari berbagai kelompok usia tanpa pembatasan tahap perkembangan tertentu. Dari sisi domisili, responden sebagian besar berasal dari Pulau Jawa (82,47%), namun tetap melibatkan partisipan dari berbagai wilayah lain di Indonesia, yang memberikan variasi konteks geografis dalam penelitian.

Ditinjau dari perilaku penggunaan media sosial, sebagian besar responden memiliki intensitas penggunaan yang tinggi, dengan lebih dari 70% menghabiskan waktu minimal 4 jam per hari di media sosial. Hal ini menunjukkan tingkat keterlibatan digital yang signifikan dalam kehidupan sehari-hari responden. Selain itu, responden cenderung menggunakan lebih dari satu platform media sosial secara bersamaan, dengan WhatsApp, Instagram, dan Facebook sebagai platform yang paling banyak digunakan. Pola penggunaan multi-platform dan durasi yang tinggi ini memperkuat relevansi penelitian dalam memahami pola *self-disclosure* dan kekhawatiran privasi dalam konteks interaksi digital yang kompleks dan berkelanjutan.

Uji Normalitas

Hasil uji normalitas menggunakan Shapiro–Wilk menunjukkan bahwa variabel *privacy concern* tidak berdistribusi normal ($W = 0.872$, $p < .001$). Variabel *self-disclosure* juga menunjukkan penyimpangan dari distribusi normal ($W = 0.993$, $p = .035$), meskipun tingkat penyimpangannya relatif kecil dibandingkan dengan *privacy concern*. Temuan ini menunjukkan bahwa kedua variabel tidak sepenuhnya memenuhi asumsi normalitas, dengan karakteristik distribusi yang berbeda pada masing-masing variabel.

Mengingat ukuran sampel penelitian yang besar, nilai signifikansi pada uji normalitas perlu ditafsirkan secara hati-hati karena uji Shapiro–Wilk sensitif terhadap deviasi kecil dari normalitas. Namun demikian, untuk menyesuaikan dengan kondisi data dan menjaga ketepatan analisis, penelitian ini menggunakan teknik analisis non-parametrik. Uji korelasi Spearman's rho dipilih karena tidak mengharuskan data berdistribusi normal dan sesuai untuk menganalisis hubungan antara *privacy concern* dan *self-disclosure* yang diukur menggunakan skala sikap.

UPH Universitas Pelita Harapan FAKULTAS PSIKOLOGI
selaras.jurnalpsi@gmail.com
https://ojs.uph.edu/index.php/selaras

Uji Hipotesis

Hasil uji korelasi Spearman menunjukkan adanya hubungan positif yang signifikan antara *privacy concern* dan *self-disclosure* (ρ = .165; p < .001). Meskipun signifikan secara statistik, kekuatan hubungan tersebut tergolong sangat lemah, sehingga makna praktis dari hubungan kedua variabel perlu ditafsirkan secara hati-hati. Temuan ini menunjukkan bahwa tingkat *privacy concern* yang lebih tinggi tidak berkaitan dengan penurunan kecenderungan *self-disclosure*, tetapi hubungan antara kedua variabel relatif kecil.

Besarnya koefisien tersebut menunjukkan bahwa *privacy concern* bukan merupakan faktor yang secara kuat berkaitan dengan *self-disclosure*. Dengan demikian, kecenderungan individu untuk mengungkapkan informasi pribadi di media sosial kemungkinan juga dipengaruhi oleh faktor psikologis, sosial, dan karakteristik penggunaan media sosial lainnya.

Arah hubungan yang ditemukan menunjukkan pola yang konsisten dengan indikasi privacy paradox, yaitu kondisi ketika kekhawatiran terhadap privasi tidak serta-merta diikuti oleh pengurangan perilaku keterbukaan diri. Namun, temuan ini tidak dapat dipandang sebagai bukti langsung mengenai *privacy paradox*, karena penelitian ini hanya menguji hubungan korelasional antara *privacy concern* dan *self-disclosure* dan tidak secara langsung mengukur ketidaksesuaian antara sikap terhadap privasi dan perilaku aktual pada tingkat individu.

Analisis Data Tambahan

Hasil analisis menunjukkan bahwa pada variabel *privacy concern*, hanya intensitas perubahan pengaturan privasi akun yang memiliki hubungan signifikan (ρ = 0.118; p = 0.013). Temuan ini menunjukkan bahwa responden yang lebih sering mengubah atau memperbarui pengaturan privasi cenderung memiliki tingkat kekhawatiran privasi yang lebih tinggi. Sementara itu, usia (ρ = −0.041; p = 0.383), jumlah media sosial yang digunakan (ρ = −0.067; p = 0.158), tingkat kenyamanan menggunakan media sosial (ρ = −0.006; p = 0.902), domisili (H = 5.442; p = 0.364), dan durasi penggunaan media sosial harian (H = 4.681; p = 0.197) tidak menunjukkan hubungan atau perbedaan yang signifikan dengan *privacy concern*.

Pada variabel *self-disclosure*, beberapa faktor demografis dan perilaku menunjukkan hubungan yang signifikan. Jumlah platform media sosial yang digunakan memiliki hubungan positif dengan *self-disclosure* (ρ = 0.126; p = 0.008), demikian pula tingkat kenyamanan menggunakan media sosial yang menunjukkan hubungan paling kuat (ρ = 0.400; p < 0.001). Intensitas perubahan pengaturan privasi akun juga berhubungan signifikan dengan *self-disclosure* (ρ = 0.180; p < 0.001). Selain itu, terdapat perbedaan tingkat *self-disclosure* berdasarkan durasi penggunaan media sosial harian (H = 11.471; p = 0.009), di mana pengguna

Universitas Pelita Harapan
FAKULTAS PSIKOLOGI
selaras.jurnalpsi@gmail.com
https://ojs.uph.edu/index.php/selaras

dengan durasi lebih lama menunjukkan kecenderungan keterbukaan diri yang lebih tinggi. Sebaliknya, usia ($\rho = -0.057$; $p = 0.234$) dan domisili ($H = 2.819$; $p = 0.728$) tidak menunjukkan hubungan atau perbedaan yang signifikan terhadap *self-disclosure*.

DISKUSI

Hasil penelitian menunjukkan adanya hubungan positif yang signifikan tetapi sangat lemah antara *privacy concern* dan *self-disclosure* pada pengguna media sosial di Indonesia ($\rho = .165$; $p < .001$). Arah hubungan tersebut menunjukkan bahwa semakin tinggi kekhawatiran individu terhadap privasi tidak diikuti oleh kecenderungan yang lebih rendah untuk mengungkapkan informasi pribadi. Temuan ini menunjukkan pola yang konsisten dengan indikasi *privacy paradox*, yaitu ketika kekhawatiran terhadap privasi tidak sepenuhnya tercermin dalam pengurangan perilaku berbagi informasi. Meskipun demikian, kekuatan hubungan yang sangat lemah menunjukkan bahwa temuan tersebut perlu ditafsirkan secara hati-hati dan tidak dapat dianggap sebagai bukti langsung keberadaan *privacy paradox*.

Kekuatan hubungan yang sangat lemah juga penting ditinjau dari sisi makna praktis. Meskipun hubungan antara kedua variabel signifikan secara statistik, *privacy concern* hanya memiliki keterkaitan yang terbatas dengan *self-disclosure*. Dengan demikian, kekhawatiran terhadap privasi saja belum cukup untuk menjelaskan kecenderungan individu dalam membagikan informasi pribadi di media sosial. Temuan ini mengarah pada kemungkinan bahwa keputusan untuk melakukan *self-disclosure* melibatkan faktor lain, seperti manfaat yang dirasakan dari penggunaan media sosial, kepercayaan terhadap platform, persepsi kontrol terhadap informasi pribadi, kebutuhan mengekspresikan diri, serta kebutuhan untuk membangun dan mempertahankan interaksi sosial.

Temuan tersebut dapat dipahami melalui *privacy calculus theory* (Dinev & Hart, 2006), yang menjelaskan bahwa keputusan untuk mengungkapkan informasi pribadi melibatkan pertimbangan antara risiko yang dipersepsikan dan manfaat yang diharapkan. Individu dapat menyadari risiko penggunaan atau penyalahgunaan informasi pribadi dan tetap memiliki kekhawatiran terhadap privasinya, tetapi pada saat yang sama memilih untuk melakukan *self-disclosure* apabila manfaat yang diperoleh dipersepsikan lebih besar daripada risiko tersebut. Dengan demikian, *privacy concern* tidak selalu diikuti oleh pengurangan perilaku berbagi informasi. Perspektif ini dapat menjelaskan bagaimana kekhawatiran terhadap privasi dan perilaku keterbukaan diri tetap dapat muncul secara bersamaan.

Hasil analisis tambahan memberikan konteks yang semakin memperjelas lemahnya hubungan utama tersebut. Kenyamanan dalam berbagi di media sosial menunjukkan hubungan

yang lebih kuat dengan *self-disclosure* (ρ = .400) dibandingkan hubungan antara *privacy concern* dan *self-disclosure* (ρ = .165). Selain itu, jumlah platform yang digunakan (ρ = .126) dan intensitas perubahan pengaturan privasi (ρ = .180) juga menunjukkan hubungan dengan *self-disclosure*, meskipun kekuatannya relatif lemah. Perbedaan *self-disclosure* juga ditemukan berdasarkan durasi penggunaan media sosial (H = 11.471; p = .009). Pola ini menunjukkan bahwa perilaku keterbukaan diri tidak hanya berkaitan dengan kekhawatiran terhadap privasi, tetapi juga dengan karakteristik pengalaman individu dalam menggunakan media sosial. Secara khusus, hubungan yang lebih besar antara kenyamanan dan *self-disclosure* mengindikasikan bahwa ketika individu merasa semakin nyaman dalam menggunakan media sosial, kecenderungannya untuk membuka diri juga semakin tinggi. Namun, karena analisis yang dilakukan bersifat korelasional, hasil tersebut menunjukkan keterkaitan dan tidak dapat digunakan untuk menyimpulkan hubungan sebab-akibat.

Temuan tersebut memberikan perspektif yang lebih kompleks terhadap *privacy paradox*. Keputusan untuk membagikan informasi pribadi tampaknya tidak dapat dipahami hanya sebagai konsekuensi dari tinggi atau rendahnya kekhawatiran terhadap privasi. Individu dapat memiliki *privacy concern* sekaligus tetap melakukan *self-disclosure* karena terdapat pertimbangan dan pengalaman lain selama menggunakan media sosial. Dengan demikian, lemahnya hubungan antara *privacy concern* dan *self-disclosure* bukan berarti kekhawatiran terhadap privasi tidak relevan, tetapi menunjukkan bahwa keterbukaan diri merupakan perilaku yang kemungkinan berkaitan dengan berbagai faktor psikologis, sosial, dan karakteristik penggunaan media sosial.

Dalam konteks Indonesia, penelitian ini memberikan bukti empiris awal mengenai kompleksitas hubungan antara kekhawatiran terhadap privasi dan perilaku berbagi informasi pada pengguna media sosial. Temuan ini menjadi relevan mengingat media sosial digunakan tidak hanya sebagai sarana memperoleh informasi, tetapi juga untuk berinteraksi, mengekspresikan diri, dan mempertahankan hubungan sosial. Namun, penelitian ini tidak secara langsung mengukur faktor sosial dan budaya yang mungkin melatarbelakangi keputusan individu dalam melakukan *self-disclosure*. Oleh karena itu, hasil penelitian belum dapat digunakan untuk menyimpulkan bahwa karakteristik sosial-budaya tertentu di Indonesia menyebabkan munculnya pola tersebut. Faktor-faktor seperti norma sosial, kepercayaan terhadap platform, *privacy literacy*, persepsi kontrol, dan manfaat sosial dari penggunaan media sosial perlu diuji secara langsung dalam penelitian selanjutnya.

Secara teoretis, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *privacy paradox* perlu dipahami secara lebih hati-hati daripada sekadar keberadaan hubungan antara *privacy concern* dan *self-*

disclosure. *Privacy paradox* pada dasarnya merujuk pada ketidaksesuaian antara sikap atau kekhawatiran individu terhadap privasi dan perilaku aktualnya dalam mengungkapkan informasi. Sementara itu, penelitian ini menguji hubungan antara dua konstruk melalui pendekatan korelasional dan belum mengukur ketidaksesuaian tersebut secara langsung pada tingkat individu. Oleh karena itu, temuan penelitian ini lebih tepat diposisikan sebagai indikasi adanya pola yang konsisten dengan *privacy paradox* daripada sebagai bukti langsung keberadaan fenomena tersebut. Penelitian selanjutnya dapat menggunakan pendekatan yang secara langsung membandingkan sikap privasi dengan perilaku aktual, sekaligus menguji faktor-faktor yang dapat menjelaskan kapan dan dalam kondisi apa kekhawatiran terhadap privasi tetap disertai dengan perilaku *self-disclosure*.

SIMPULAN

Hasil penelitian menunjukkan adanya hubungan positif yang signifikan tetapi sangat lemah antara *privacy concern* dan *self-disclosure* pada pengguna media sosial di Indonesia (ρ = .165; $p < .001$). Temuan ini menunjukkan bahwa meningkatnya kekhawatiran terhadap privasi tidak berkaitan dengan menurunnya kecenderungan individu untuk melakukan *self-disclosure*. Pola tersebut memberikan indikasi yang konsisten dengan *privacy paradox*, tetapi tidak dapat dipandang sebagai bukti langsung keberadaan fenomena tersebut karena penelitian ini belum mengukur ketidaksesuaian antara sikap terhadap privasi dan perilaku aktual secara langsung. Kecilnya kekuatan hubungan juga menunjukkan bahwa *privacy concern* memiliki keterkaitan praktis yang terbatas dengan *self-disclosure*. Hasil analisis tambahan memperlihatkan bahwa kenyamanan dalam berbagi di media sosial memiliki hubungan yang lebih kuat dengan *self-disclosure*, sehingga keterbukaan diri tampaknya perlu dipahami sebagai perilaku yang berkaitan dengan berbagai faktor, bukan hanya kekhawatiran terhadap privasi.

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan. Pertama, meskipun responden berasal dari beberapa wilayah Indonesia, sebanyak 82,47% responden berdomisili di Pulau Jawa, sehingga hasil penelitian belum dapat digeneralisasikan sebagai gambaran pengguna media sosial Indonesia secara nasional. Kedua, penggunaan teknik *purposive sampling* dan pengumpulan data secara daring dapat membatasi representativitas sampel serta membuka kemungkinan *self-selection bias*. Ketiga, desain penelitian yang bersifat korelasional dan penggunaan pengukuran *self-report* tidak memungkinkan penarikan kesimpulan sebab-akibat maupun memastikan bahwa *self-disclosure* yang dilaporkan sepenuhnya mencerminkan perilaku

aktual pengguna di media sosial. Dominasi responden dari Pulau Jawa memang terlihat jelas dalam karakteristik sampel penelitian.

Selain itu, penelitian ini menguji *privacy paradox* melalui hubungan antara *privacy concern* dan *self-disclosure*, sehingga belum mengukur secara langsung kesenjangan antara sikap terhadap privasi dan perilaku aktual pada individu yang sama. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan menggunakan pendekatan yang dapat mengukur ketidaksesuaian tersebut secara lebih langsung, misalnya melalui pengukuran perilaku aktual, pendekatan profil atau *cluster*, maupun desain longitudinal. Penelitian berikutnya juga dapat mempertimbangkan faktor lain seperti *perceived control, trust, privacy literacy, perceived benefits, social norms*, karakteristik platform, serta motivasi penggunaan media sosial untuk memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai *privacy paradox* dalam konteks Indonesia.

REFERENSI

Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes, 50*(2), 179–211. https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T

Arifah, P., & Harsanti, I. (2023). Paradoks privasi: Online self-disclosure ditinjau dari privacy concern pada pengguna Instagram usia emerging adulthood. *Mediakom: Jurnal Ilmu Komunikasi, 7*(1), 112–122. https://doi.org/10.35760/mkm.2023.v7i1.8830

Boyd, D. M., & 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

Brandimarte, L., Acquisti, A., & Loewenstein, G. (2013). Misplaced confidences: Privacy and the control paradox. *Social Psychological and Personality Science, 4*(3), 340–347. https://doi.org/10.1177/1948550612455931

Dinev, T., & Hart, P. (2006). An extended privacy calculus model for e-commerce transactions. *Information Systems Research, 17*(1), 61–80. https://doi.org/10.1287/isre.1060.0080

Gruzd, A., & Hernández-García, Á. (2018). Privacy concerns and self-disclosure in private and public uses of social media. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking, 21*(7), 418–428. https://doi.org/10.1089/cyber.2017.0709

Hafiza, A. H., Prabowo, A., & Silfiasari, S. (2022). Kesejahteraan subjektif online dan masalah privasi terhadap kelelahan menggunakan media sosial. *Cognicia, 10*(1), 58–63. https://doi.org/10.22219/cognicia.v10i1.20077

Hair, J. F., Page, M., & Brunsveld, N. (2019). *Essentials of Business Research Methods*. Routledge. https://doi.org/10.4324/9780429203374

Hidayati, N., Meliani, F., & Yuliyanto, A. (2023). Sharenting dan perlindungan hak privasi anak di media sosial. *Research in Early Childhood Education and Parenting, 4*(1), 27–34. https://doi.org/10.17509/recep.v4i1.58181

Kokolakis, S. (2017). Privacy attitudes and privacy behaviour: A review of current research on the privacy paradox phenomenon. *Computers & Security, 64*, 122–134. https://doi.org/10.1016/j.cose.2015.07.002

Marwick, A. E., & Boyd, D. (2014). Networked privacy: How teenagers negotiate context in social media. *New Media & Society, 16*(7), 1051–1067. https://doi.org/10.1177/1461444814543995

Nguyen, M., Bin, Y. S., & Campbell, A. (2012). Comparing online and offline self-disclosure: A systematic review. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking, 15*(2), 103–111. https://doi.org/10.1089/cyber.2011.0277

Nunnally, J. C. (1978). *Psychometric theory* (2nd ed.). McGraw-Hill.

Petronio, S. (2002). *Boundaries of privacy: Dialectics of disclosure*. SUNY Press.

Przybylski, A. K., Murayama, K., DeHaan, C. R., & Gladwell, V. (2013). Motivational, emotional, and behavioral correlates of fear of missing out. *Computers in Human Behavior, 29*(4), 1841–1848. https://doi.org/10.1016/j.chb.2013.02.014

Siahaan, M. N., Handayani, P. W., & Azzahro, F. (2022). Self-disclosure of social media users in Indonesia: The influence of personal and social media factors. *Information Technology & People, 35*(7), 1931–1954. https://doi.org/10.1108/ITP-06-2020-0389

Sugiyono. (2017). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.

Suler, J. (2004). The online disinhibition effect. *CyberPsychology & Behavior, 7*(3), 321–326. https://doi.org/10.1089/1094931041291295

Taddei, S., & Contena, B. (2013). Privacy, trust and control: Which relationships with online self-disclosure? *Computers in Human Behavior, 29*(3), 821–826. https://doi.org/10.1016/j.chb.2012.11.022

Tania, S. (2023). Mengeksplorasi paradoks privasi Gen-Z dalam personalisasi iklan di media digital. *Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi, 12*(1), 50–65. https://doi.org/10.14710/interaksi.12.1.50-65

Trepte, S., & Reinecke, L. (2011). The social web as a shelter for privacy and authentic living. In S. Trepte & L. Reinecke (Eds.), *Privacy online: Perspectives on privacy and self-disclosure in the social web* (pp. 61–73). Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-642-21521-6_6

Van Dijk, J. A. G. M. (2020). *The Network Society* (4th ed.). SAGE Publications.

Wang, Q., Zhang, W., & Wang, H. (2022). Privacy concerns toward short-form video platforms: Scale development and validation. *Frontiers in Psychology, 13*, 954964. https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.954964

Wheeless, L. R. (1978). A follow-up study of the relationships among trust, disclosure, and interpersonal solidarity. *Human Communication Research, 4*(2), 143–157. https://doi.org/10.1111/j.1468-2958.1978.tb00604.x

Pangestu, H. X., & Ariela, J. (2020). Pengaruh attachment terhadap self-disclosure pada pria dewasa awal yang berpacaran. *Humanitas (Jurnal Psikologi), 4*(1), 87–100. https://doi.org/10.28932/humanitas.v4i1.2406

Zhao, S., Grasmuck, S., & Martin, J. (2008). Identity construction on Facebook: Digital empowerment in anchored relationships. *Computers in Human Behavior, 24*(5), 1816–1836. https://doi.org/10.1016/j.chb.2008.02.012