

Faktor-faktor yang berpengaruh terhadap keinginan untuk melakukan pengungkapan informasi pribadi di Instagram = Factors influencing disclosure of personal information on Instagram

Husnaeni Fauziah Amani, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20491819&lokasi=lokal>

Abstrak

Penelitian terkait dengan pengungkapan yang terjadi di Instagram masih sedikit, padahal Indonesia merupakan pengguna Instagram terbesar di Asia – Pasifik. Penelitian ini ingin melihat faktor yang mempengaruhi keinginan pengguna Instagram dalam melakukan pengungkapan informasi pribadi. Penelitian ini menggunakan analisis kuantitatif dengan paradigma positivis. Teknik analisis yang digunakan adalah SEM AMOS. Responden penelitian ini adalah pengguna Instagram berusia 18 – 34 tahun dengan jumlah responden 383. Variabel yang dijadikan prediktor dari keinginan untuk melakukan pengungkapan informasi adalah sikap, keuntungan, pemahaman risiko, dan pemahaman kontrol. Dari sepuluh hipotesis yang diajukan, 5 hipotesis ditolak. Hasil penelitian menemukan bahwa sikap memiliki pengaruh hanya pada pengungkapan informasi pribadi melalui perilaku komunikasi, tetapi tidak pada pengungkapan melalui profil. Keuntungan memiliki pengaruh positif terhadap pengungkapan informasi pribadi, baik melalui profil maupun melalui perilaku komunikasi. Pemahaman risiko memiliki pengaruh negatif terhadap sikap. Akan tetapi variabel pemahaman risiko tidak memiliki pengaruh terhadap pengungkapan informasi pribadi di Instagram. Pemahaman kontrol tidak berpengaruh pada sikap yang dimiliki oleh pengguna Instagram. Variabel pemahaman kontrol berpengaruh pada pengungkapan informasi pribadi melalui perilaku komunikasi, tetapi tidak pada pengungkapan informasi melalui profil.

.....Indonesia is the largest Instagram user in Asia-Pacific, yet still lacking on research related to disclosure of personal information. This study aims to examine the factors that influence the willingness of Instagram users to disclose personal information. The factors attitude, benefit, perceived risk, and perceived control are analyzed in relation with the willingness to disclose personal information. This study uses quantitative analysis with the positivist paradigm. Data was collected via an online survey that was completed by 383 Jabodetabek users with age range 18-34 years old. The results of this study show that only five from 10 proposed hypothesis are accepted. Instagram users attitudes significantly influence the willingness to disclose personal information by communicative actions, but not to the willingness to disclose personal information by profile. Benefit significantly influence the willingness to disclose personal information, by profiles and by communicative action. Perceived risk significantly has a negative influence to the attitude. Perceived risk does not influence the willingness to disclose personal information on Instagram. Perceived control does not influence to the attitudes of Instagram users. Perceived control significantly influence the willingness to disclose personal information by communicative action, but not to the willingness to disclose personal information by profile.