

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KELANJUTAN NIAT
MENGUNAKAN SOSIAL MEDIA INSTAGRAM & FACEBOOK
“STUDI KASUS : PENGGUNA SOSIAL MEDIA INSTAGRAM & FACEBOOK DI
DIY”
JURNAL**



Oleh:

Nama : Novi Tety Wulandari
Nim : 14311364
Bidang : Operasional

FAKULTAS EKONOMI

JURUSAN MANAJEMEN

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

2018

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KELANJUTAN NIAT
MENGUNAKAN SOSIAL MEDIA INSTAGRAM & FACEBOOK
“STUDI KASUS : PENGGUNA SOSIAL MEDIA INSTAGRAM & FACEBOOK DI
DIY”**

**Ditulis dan diajukan untuk memenuhi syarat ujian akhir guna memperoleh gelar
Sarjana stars-1 di Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi,
Universitas Islam Indonesia**



Oleh :

Nama : Novi Tety Wulandari
Nomor Mahasiswa : 14311364
Jurusan : Manajemen
Bidang Konsentrasi : Operasional

**UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
FAKULTAS EKONOMI
YOGYAKARTA
T.A 2017/2018**

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KELANJUTAN NIAT
MENGUNAKAN SOSIAL MEDIA INSTAGRAM & FACEBOOK
“STUDI KASUS : PENGGUNA SOSIAL MEDIA INSTAGRAM & FACEBOOK DI
DIY”**

Nama : Novi Tety Wulandari
Nomor Mahasiswa : 14311364
Program Studi : Manajemen
Bidang Konsentrasi : Operasional



Yogyakarta, 17 Juli 2018

Telah disetujui dan disahkan oleh

Dosen pembimbing,

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Siti Nurul Ngaini', is written above the name.

Siti Nurul Ngaini, Dra., MM

ANALISI FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KELANJUTAN NIAT MENGGUNAKAN SOSIAL MEDIA INSTAGRAM & FACEBOOK

“(Studi Kasus : Pengguna Sosial Media Instagram & Facebook di DIY)”

Novi Tety Wulandari¹

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Indonesia

¹ novitety18@gmail.com,

¹Universitas Islam Indonesia

ABSTRAK

Penelitian bertujuan untuk mengetahui analisis faktor-faktor yang mempengaruhi kelanjutan niat pengguna sosial media Instagram & Facebook. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah pengguna sosial media Instagram & Facebook di DiY dengan jumlah sampel 100 responden dengan proses pengambilan sampel menggunakan metode *convenience sampling*. Adapun teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Structural Equation Modeling (SEM). Hasil dari penelitian ini membuktikan bahwa privasi secara positif berpengaruh tetapi tidak signifikan terhadap resiko, privasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan, resiko berpengaruh negatif dan signifikan terhadap kepercayaan, resiko berpengaruh secara negatif tetapi tidak signifikan terhadap kelanjutan niat, kepercayaan secara positif berpengaruh dan signifikan terhadap kelanjutan niat.

Kata Kunci : privasi, resiko, kepercayaan, kelanjutan niat

ABSTRACT

Research aims to determine the analysis of factors that affect the continuation of social media users Instagram & Facebook intentions. The sample used in this research is social media users Instagram & Facebook in DiY with sample number 100 respondents with sampling process using convenience sampling method. The data analysis technique used in this research is Structural Equation Modeling (SEM). The result of this study proves that privacy positively influence but not significant to risk, privacy have positive and significant effect to trust, risk have negative and significant effect to trust, risk negatively but not significant to continuity of intention, trust positively influence and significant to continuation of intent.

Keywords: privacy, risk, trust, continuation of intent

I. Pendahuluan

1. Latar Belakang

Layanan jaringan sosial telah menjadi fenomena global yang menarik orang-orang dalam jumlah yang ingin berbagi perasaan dan pendapatannya. Dengan adanya jaringan sosial memungkinkan pengguna untuk membuat konten informasi untuk mempublikasikan di blog, situs jaringan sosial, dan berbagai platform online. Dengan adanya jaringan sosial pengguna dapat memilih untuk berbagai informasi pribadi secara intensif dengan mempertahankan hubungan sosial, menemukan pengguna lain dan mendapatkan pengetahuan melalui jaringan soaial. Dengan demikian, jaringan sosial yang paling populer seperti Facebook dan Instagram digunakan untuk berbagi sttus pribadi, informasi, pendapat, atau percakapan dengan umum atau terhubung dengan teman di jaringan sosial. Layanan sosial online mengharuskan pengguna memberikan informasi pribadi seperti nama, foto, minat pribadi, dan rincian kontak pribadi. Pengguna dapat memanfaatkan informasi dari SNS untuk lebih memperluas kepentingan pribadi mereka seperti membangun hubungan profesional dan menciptakan peluang bisnis. Pengguna dapat memilih untuk berbagi informasi pribadi secara intensif untuk menjaga hubungan sosial mereka, menemukan pengguna dengan minat yang sama, dan memperoleh pengetahuan melalui Jaringan sosial. Dengan demikian, jaringan sosial yang paling populer seperti Facebook dan Instagram digunakan untuk berbagi status pribadi, informasi, opini, proposisi, atau percakapan dengan publik, swasta, atau jaringan yang terhubung dari teman sosial (Boyd & Ellison, 2007).

Secara keseluruhan tujuan dari penelitian ini adalah untuk membangun sebuah model untuk menyelidiki bagaimana pengguna memandang masalah privasi, risiko, dan kepercayaan pada layanan jaringan sosial untuk memahami bagaimana harapan usaha dan pengaruh sosial mempengaruhi kepercayaan pengguna layanan jaringan sosial dan untuk memasukkan masalah privasi pengguna dan risiko yang dirasakan untuk menjelaskan mekanisme kepercayaan yang dimainkan dalam perilaku pengguna layanan jaringan sosial di antara kelompok pengguna yang berbeda khususnya pada layangan jaringan social Instagram dan Facebook. Berdasarkan penelitian diatas maka penulis mengambil judul “**Analisi Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kelanjutan Niat Menggunakan Sosial Media Instagram & Facebook**”

2. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian diatas , maka rumusan masalahnya sebagai berikut :

- a. Apakah privasi berpengaruh terhadap resiko yang dirasakan ketika menggunakan Instagram dan Facebook.
- b. Apakah privasi berpengaruh terhadap kepercayaan menggunakan Instagram dan Facebook.
- c. Apakah resiko yang dirasakan berpengaruh terhadap kepercayaan menggunakan Instagram dan Facebook.
- d. Apakah resiko berpengaruh terhadap kelanjutan niat menggunakan Instagram dan Facebook.

- e. Apakah kepercayaan berpengaruh terhadap kelanjutan niat menggunakan Instagram dan Facebook.

3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian diatas, maka tujuan penelitian adalah sebagai berikut :

- a. Untuk mengetahui apakah privasi berpengaruh terhadap resiko yang dirasakan ketika menggunakan Instagram dan Facebook.
- b. Untuk mengetahui apakah privasi berpengaruh terhadap kepercayaan menggunakan Instagram dan Facebook.
- c. Untuk mengetahui apakah resiko yang dirasakan berpengaruh terhadap kepercayaan menggunakan Instagram dan Facebook.
- d. Untuk mengetahui apakah resiko berpengaruh terhadap kelanjutan niat menggunakan Instagram dan Facebook.
- e. Untuk mengetahui apakah kepercayaan berpengaruh terhadap kelanjutan niat menggunakan Instagram dan Facebook.

4. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini diantaranya adalah :

- a. Bagi Penulis

Sebagai sarana untuk mengaplikasikan ilmu yang telah diperoleh dari perkuliahan di Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia, khususnya terkait faktor-faktor yang mempengaruhi kelanjutan niat penggunaan sosial media pada facebook dan instagram.

- b. Bagi Akademisi

Dapat dijadikan referensi bagi mahasiswa manajemen FE UII pada khususnya dan seluruh mahasiswa yang berminat dengan topik penelitian serupa.

- c. Bagi Praktisi

Dengan adanya penelitian ini diharapkan pihak terkait mempertimbangkan dampak positif dan negative kaitannya dengan kepercayaan dalam menggunakan sosial media dan niat yang sedang berlangsung untuk menggunakan sosial media khususnya instagram dan facebook.

II. KAJIAN PUSTAKA

Media jejaring sosial pada saat ini sangat mempermudah penggunaanya dengan adanya *smartphone* yang dapat mengakses layanan-layanan di internet. Jika ditinjau lebih spesifik lagi, saat ini terdapat jenis-jenis jejaring social berbentuk sebuah aplikasi yang menggolongkan fitur-fitur yang dikhususkan, misalnya jejaring social mengirimkan pesan langsung atau lebih sering dikenal dengan sebutan *chat*, jejaring sosial yang

memiliki fitur audio visual, jejaring sosial mengirimkan pesan langsung dan rekam suara bahkan saat ini ada juga jejaring social yang menyajikan fitur layanan pengunggahan gambar atau foto yang ditujukan kepada pengguna-pengguna jejaring sosial yang juga memiliki aplikasi tersebut salah satunya adalah *Instagram*. *Instagram* mampu memberikan fitur yang menarik sehingga pengguna layanan internet dapat mempelajari dan berbagi dalam hal fotografi.

Nama *Instagram* berasal dari pengertian dari keseluruhan fungsi aplikasi ini. Kata “insta” berasal dari kata “instan”, seperti kamera polaroid yang pada masanya lebih dikenal dengan sebutan “foto instan”. *Instagram* juga dapat menampilkan foto-foto secara instan, seperti polaroid di dalam tampilannya. Sedangkan untuk kata “gram” berasal dari kata “telegram”, dimana cara kerja telegram sendiri adalah untuk mengirimkan informasi kepada orang lain dengan cepat. Sama halnya dengan *Instagram* yang dapat mengunggah foto dengan menggunakan jaringan internet, sehingga informasi yang ingin disampaikan dapat diterimadengan cepat. Oleh karena itulah *Instagram* berasal dari instan-telegram.

Fitur-fitur dalam media social *Instagram* ini adalah indikator yang digunakan dalam penelitian ini berdasarkan pendapat Bambang (2012:53) dalam bukunya *InstagramHandbook* menyatakan indikator dari media sosial *Instagram* yaitu *Hastag, Geotag, follow, share, like, komentar dan mention*.

Juditha (2010:11) menyatakan bahwa media sosial facebook merupakan remaja yang memiliki akun FB yaitu sarana sosial yang membantu remaja untuk berkomunikasi lebih efisien dengan teman-teman, keluarga, serta orang lain.

Facebook (FB) adalah sebuah situs web jejaring sosial populer yang diluncurkan pada 4 Februari 2004. FB didirikan oleh Mark Zuckerberg seorang mahasiswa Harvard kelahiran 14 Mei 1984 dan mantan murid Ardsley HighSchool. Pada awal-awal kuliahnya situs web jejaring sosial ini, kenanggotaannya asih dibatasi untuk mahasiswa dari Harvard College.

Indikator Penelitian

Privasi

Menurut Fogel dan Nehmad (2009) mempelajari pengaruh gender pada privasi, menunjukkan bahwa wanita umumnya memiliki lebih banyak masalah privasi dibandingkan pria berdasarkan data survei. Singkatnya, masalah privasi mencerminkan kekhawatiran pengguna sekitar pengungkapan informasi pribadi.

Resiko

Menurut pendapat (Dowling & Staelin, 1994) Risiko yang dirasakan adalah persepsi ketidakpastian individu dan konsekuensi yang merugikan mengejar suatu kegiatan atau perilaku. Risiko yang dirasakan, yang dapat lebih didekomposisi menjadi berbagai dimensi, termasuk keuangan, kinerja, sosial, waktu, psikologis dan privasi, negatif dapat mempengaruhi adopsi teknologi dan perilaku penggunaan.

Kepercayaan

Dalam penelitian Rusdin (2004) dikemukakan bahwa kepercayaan merupakan factor penting dalam menjalin hubungan secara timbal balik. Di samping itu, secara empiris dapat diteliti peranan kualitas pelayanan dan keterikatan pelanggan sebagai penyebab adanya kepercayaan. Dengan demikian kepercayaan dapat ditinjau sebagai komponen yang berharga dalam setiap keberhasilan menjalin hubungan dan lebih jauh berfungsi sebagai upaya untuk mengurangi risiko serta membangun hubungan jangka panjang dan meningkatkan komitmen (Rusdin,2004).

Kelanjutan Niat

Kelanjutan niat adalah pikiran seseorang untuk melanjutkan penggunaan adopsi teknologi dalam hal ini penggunaan sisten informasi di dalam ECT. (Bhattacharjee,2001) Jadi berdasarkan pengertian diatas, dapat disimpulkan bahwa kelanjutan niat merupakan tahapan pemikiran seseorang untuk melanjutkan penggunaan adopsi teknologi dalam hal instagram dan facebook.

III. METODE PENELITIAN

Populasi menunjukkan sebuah perkumpulan secara keseluruhan orang, acara atau ketertarikan terhadap sesuatu yang spesifik sehingga peneliti dapat melakukan sebuah penelitian yang ingin diteliti. Populasi merupakan sekumpulan orang, kejadian atau ketertarikan terhadap sesuatu agar peneliti dapat menarik kesimpulan (Sekaran, 2013). Di dalam sampel mengandung komponen dari populasi. Dalam kata lain, sebagian, namun tidak semua elemen membentuk sampel. Sampel merupakan turunan yang masih dalam bagian dari populasi. Dengan mempelajari sampel, peneliti bisa menarik kesimpulan yang dapat mewakili ketertarikan dalam sebuah populasi (Sekaran, 2103). Sampel penelitian ini adalah pengguna sosial media facebook dan instagram yang berjumlah 100 di DIY. Pengolahan data dari penelitian yang dilakukan menggunakan alat analisis berupa sistem aplikasi pengolahan data SEM-PLS.

IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Uji validitas dilakukan guna mengetahui apakah konstruk sudah memadai untuk dilanjutkan sebagai penelitian atau tidak. Pada uji validitas ini, ada dua macam evaluasi yang dilakukan, yaitu:

A. *Convergent Validity*

Pada tahap ini peneliti melakukan penilaian terhadap *convergent validity* dari masing-masing konstruk. *Convergent validity* diukur dengan menggunakan parameter *outer loadings* dan *Average Variance Extracted* (AVE). Hasil nilai outer model pada convergen validity menunjukkan hasil semua indikator yang valid karena nilai outer loading < cutt off (0,5).

B. *Discriminant Validity*

Tahap berikutnya untuk menguji validitas suatu model, yaitu dengan melihat *discriminant validity*nya. *Discriminant validity* dimulai dengan melihat *cross loading*. Nilai *cross loading* menunjukkan besarnya korelasi antara setiap konstruk dengan indikatornya dan indikator dari konstruk blok lainnya. Hasil akar AVE pada semua konstruk yaitu kelanjutan niat, kepercayaan, resiko dan privasi lebih tinggi daripada korelasi antar variabel.

Uji Reliabilitas

Reliabilitas dapat diukur dengan melihat *Cronbach's alpha* dan *composite reliability* (Hair *et al.* 1998). *Cronbach's alpha* adalah koefisien keandalan yang menunjukkan seberapa baik item dalam suatu kumpulan secara positif berkorelasi satu sama lain (Sekaran 2006). Dari uji reliabilitas pada penelitian ini menunjukkan bahwa nilai *Cronbach's Alpha* tertinggi adalah variabel kelanjutan niat dengan nilai 0,868 dan yang terendah adalah variabel kepercayaan sebesar 0,675. Hasil tersebut menunjukkan bahwa instrumen penelitian ini reliabel.

Uji Determinasi atau Analisis Varians (r^2)

Uji determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar kontribusi variabel independen yaitu privasi, resiko, kepercayaan terhadap kelanjutan niat. Hasil dari pengujian determinasi (r^2) ditunjukkan pada tabel sebagai berikut:

Tabel 4.16 Nilai r^2

	R Square	R Square Adjusted
Resiko	0,029	0,019
Kepercayaan	0,355	0,342
Kelanjutan Niat	0,383	0,370

Sumber: Data Primer Diolah, 2018

Berdasarkan tabel 4.16 menunjukkan bahwa privasi menjelaskan variabilitas resiko sebesar 2,9%, sisanya 97,1% diterangkan oleh konstruk lainnya diluar yang diteliti dalam penelitian ini. Sedangkan privasi dan resiko mampu menjelaskan variabilitas konstruk kepercayaan sebesar 34,2%, sisanya 65,8% diterangkan oleh konstruk lainnya yang diluar keempat konstruk yang diteliti dalam penelitian ini. Kemudian resiko dan kepercayaan mampu menjelaskan variabilitas konstruk kelanjutan niat sebesar 37,0%, sisanya 63,0% diterangkan oleh konstruk lainnya yang diluar keempat konstruk yang diteliti dalam penelitian ini.

Uji Hipotesis

Uji Hipotesis dilakukan berdasarkan hasil uji model struktural (*inner model*) yang meliputi output R^2 , koefisien parameter dan t-statistik. Untuk melihat apakah suatu hipotesis itu dapat diterima atau ditolak diantaranya dengan memperhatikan nilai signifikansi antarkonstruk, t-statistik, dan p-values. Dengan menggunakan smartPLS 3.0 yang peneliti gunakan, nilai-nilai tersebut dapat dilihat dari hasil *bootstrapping*. *Rules of thumb* yang digunakan adalah t-statistik $>1,96$ dengan tingkat signifikansi atau p-value 0,05 (5%) dan beta bernilai positif. Hasil uji hipotesis penelitian dapat dilihat dalam tabel 4.17.

Tabel 4.17 Path Coefficient

Hipotesis	Beta (β)	Sample Mean (M)	Standar Deviasi (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
Privasi -> Resiko	0,169	0,138	0,152	1,115	0,266
Privasi -> Kepercayaan	0,571	0,573	0,067	8,539	0,000
Resiko -> Kepercayaan	-0,292	-0,265	0,147	1,981	0,048
Resiko ->Kelanjutan Niat	-0,063	-0,054	0,111	0,570	0,569
Kepercayaan -> Kelanjutan Niat	0,603	0,611	0,117	5,158	0,000

Sumber: Data Primer Diolah, 2018

Hipotesis pertama menguji apakah Privasi secara negatif berpengaruh terhadap Resiko. Hasil pengujian menunjukkan bahwa nilai koefisien beta pada Privasi terhadap Resiko sebesar 0,169 dan p-value sebesar 0,266.

Dari hasil ini dinyatakan t-tabel **tidak signifikan**. karena $p\text{-value} > 0,05$ sehingga hipotesis pertama **ditolak**. Hal tersebut membuktikan bahwa Privasi secara positif berpengaruh tetapi tidak signifikan terhadap Resiko.

Hipotesis kedua menguji apakah Privasi secara positif berpengaruh terhadap Kepercayaan. Hasil pengujian menunjukkan bahwa nilai koefisien beta pada Privasi terhadap Kepercayaan sebesar 0,571 dan $p\text{-value}$ sebesar 0,000. Dari hasil ini dinyatakan t-tabel **signifikan**. karena $p\text{-value} < 0,05$ sehingga hipotesis kedua **diterima**. Hal tersebut membuktikan bahwa Privasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepercayaan.

Hipotesis ketiga menguji apakah Resiko secara negatif berpengaruh terhadap Kepercayaan. Hasil pengujian menunjukkan bahwa nilai koefisien beta pada Resiko terhadap Kepercayaan sebesar -0,292 dan $p\text{-value}$ sebesar 0,048. Dari hasil ini dinyatakan t-tabel **signifikan**. karena $p\text{-value} < 0,05$ sehingga hipotesis ketiga **diterima**. Hal tersebut membuktikan bahwa Resiko berpengaruh negatif dan signifikan terhadap Kepercayaan.

Hipotesis keempat menguji apakah Resiko secara negatif berpengaruh terhadap Kelanjutan Niat. Hasil pengujian menunjukkan bahwa nilai koefisien beta pada Resiko terhadap Kelanjutan Niat sebesar -0,063 dan $p\text{-value}$ sebesar 0,569. Dari hasil ini dinyatakan t-tabel **tidak signifikan**. karena $p\text{-value} > 0,05$ sehingga hipotesis keempat **ditolak**. Hal tersebut membuktikan bahwa Resiko berpengaruh secara negatif tetapi tidak signifikan terhadap Kelanjutan Niat.

Hipotesis kelima menguji apakah Kepercayaan secara positif berpengaruh terhadap Kelanjutan Niat. Hasil pengujian menunjukkan bahwa nilai koefisien beta pada Kepercayaan terhadap Kelanjutan Niat sebesar 0,603 dan $p\text{-value}$ sebesar 0,000. Dari hasil ini dinyatakan t-tabel **signifikan**. karena $p\text{-value} < 0,05$ sehingga hipotesis kelima **diterima**. Hal tersebut membuktikan bahwa Kepercayaan secara positif berpengaruh dan signifikan terhadap Kelanjutan Niat.

V. PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian ini, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Privasi secara positif berpengaruh tetapi tidak signifikan terhadap Resiko. Hal ini dibuktikan dengan nilai $p\text{-value}$ sebesar 0,266 lebih besar dari α (0,05)
2. Privasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepercayaan. Hal ini dibuktikan dengan nilai $p\text{-value}$ sebesar 0,000 lebih kecil dari α (0,05)
3. Resiko berpengaruh negatif dan signifikan terhadap Kepercayaan. Hal ini dibuktikan dengan nilai $p\text{-value}$ sebesar 0,048 lebih kecil dari α (0,05)

4. Resiko berpengaruh secara negatif tetapi tidak signifikan terhadap Kelanjutan Niat. Hal ini dibuktikan dengan nilai p-value sebesar 0,569 lebih besar dari α (0,05)
5. Kepercayaan secara positif berpengaruh dan signifikan terhadap Kelanjutan Niat. Hal ini dibuktikan dengan nilai p-value sebesar 0,000 lebih kecil dari α (0,05)

Saran

Adapun saran dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil penelitian ini diperoleh hasil bahwa resiko dan privasi tidak mempengaruhi kepercayaan dalam penggunaan facebook, maka disarankan agar pengguna facebook dan instagram lebih memperhatikan faktor privasi untuk lebih merahasiakan informasi pribadi demi keamanan pengguna.
2. resiko dan kepercayaan mampu menjelaskan variabilitas konstruk kelanjutan niat sebesar 37,0%, sisanya 63,0% diterangkan oleh konstruk lainnya yang diluar keempat konstruk yang diteliti dalam penelitian ini. Dengan demikian dapat disarankan bagi penelitian lanjutan menggunakan variabel lain guna mengetahui faktor-faktor lain yang mempengaruhi kelanjutan niat pengguna facebook dan Instagram.

DAFTAR PUSTAKA

- Anderson, J. C., & Narus, J. A. (1990). A model of distributor firm and manufacturer firm working partnerships. *the Journal of Marketing*, 42-58.
- Boyd, D. (2007). m., & Ellison, NB (2007). *Social network sites: Definition, history, and scholarship. Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1), 11.
- Brewer, M., Browne, J., Joyce, R., & Payne, J. (2011). *Child and working-age poverty from 2010 to 2020*. London: Institute for Fiscal Studies.
- Chang, S. E., Liu, A. Y., & Shen, W. C. (2017). *User trust in social networking services: A comparison of Facebook and LinkedIn. Computers in Human Behavior*, 69, 207-217.
- Dowling, G. R., & Staelin, R. (1994). *A model of perceived risk and intended risk-handling activity. Journal of consumer research*, 21(1), 119-134.
- Ellison, N. B., & Boyd, D. (2007). *Social network sites: Definition, history, and scholarship. Journal of computer-mediated communication*, 13(1), 210-230.
- Gustina, H., & Fachri, R. (2015). Korelasi Media Sosial Instagram dengan Presentasi Diri Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Riau. *Jurnal Online Mahasiswa (JOM) Bidang Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, 2(2), 1-15.
- Junaidi, A. R., & Ghani, A. (2016). *Keamatan penggunaan, kemahiran swaawas dan orientasi privasi organisasi terhadap pengurusan privasi Facebook dalam kalangan penjawat awam di negeri Kedah: Satu analisis pengaruh* (Doctoral dissertation, Universiti Utara Malaysia).
- Shafritz, J. M., Ott, J. S., & Jang, Y. S. (2015). *Classics of organization theory*. Cengage Learning.
- Westin, A. F., & Ruebhausen, O. M. (2015). *Privacy and freedom*. Ig Publishing

