

***Over sharing* yang Dilakukan Mahasiswa Mencari Perhatian di Media Sosial**

Hana Rihhadatul Aisy, Irna Auliya, Nadiya Alfira

Fakultas Psikologi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya

Abstrak

Penelitian ini berangkat dari terjadinya mahasiswa mencari perhatian di media sosial seperti *Facebook*, *Twitter*, *Instagram* dan media sosial lainnya yang menjadi wadah untuk berinteraksi, terlebih lagi beberapa mahasiswa senang mencari perhatian untuk membangun pencitraan diri yang baik. Dari fenomena mencari perhatian tersebut, terdapat masalah yaitu mahasiswa dengan media sosial yang bebas mengungkapkan perasaannya tanpa menyadari batasan privasi. Penelitian ini terjadi dari mahasiswa mencari perhatian di media sosial yang tanpa sadar melakukan *over sharing*, urgensinya adalah fenomena mahasiswa mencari perhatian di media sosial ternyata membuat pelakunya cenderung melakukan *over sharing*. Sebanyak 113 mahasiswa yang menjadi perilaku mencari perhatian di media sosial dilibatkan untuk mendapatkan gambaran tentang *over sharing* yang ada pada mereka. Untuk mendapatkan data, penelitian ini menggunakan skala *over sharing*. Teknik statistik deskriptif digunakan untuk menganalisis data penelitian. Hasil analisis menunjukkan bahwa laki-laki dan perempuan berada pada taraf yang sama. Keduanya tidak menunjukkan adanya perbedaan yang signifikan. Maka dari itu, laki-laki dan perempuan mencari perhatian memiliki taraf *overs haring* yang sama. Kurangnya referensi dari penelitian terdahulu yang menyebabkan tidak adanya perbandingan, disarankan untuk banyak orang melakukan penelitian dengan topik ini.

Kata Kunci: mahasiswa mencari perhatian, *over sharing*

PENDAHULUAN

Belakangan ini beberapa orang memiliki kondisi kurang diberikan kasih sayang sehingga ingin membuat semua orang menyayangi mereka. Oleh karena itu penarikan perhatian dapat dilakukan hingga mereka memilih hanya untuk menderita luka-luka, melukis diri mereka sebagai korban yang tidak bersalah yang terperangkap dalam dunia yang kejam, sehingga mendapatkan simpati dan perhatian dari sekeliling mereka (Kessik & Taftazani, 2021). Bentuk contohnya

seperti menceritakan masalah pribadi ke media sosial, dengan tujuan untuk menarik minat perhatian orang lain. Kondisi mencari perhatian ini sering dialami oleh mahasiswa di media sosial (Sumunarsih, Saras, 2021).

Media sosial merupakan wadah untuk bersosialisasi satu dengan yang lain, alasan awal mereka sangat aktif menggunakan media sosial adalah untuk mencari perhatian, meminta pendapat, dan menumbuhkan citra, namun lama kelamaan akhirnya menjadi ketergantungan dan menjadi *over sharing*. Apalagi jika orang tersebut sedang menghadapi masalah, baik ringan maupun berat. Pada saat seperti ini, seseorang akan mencari dukungan sosial dari orang-orang di sekitarnya agar mereka merasa dihargai, diperhatikan, dan dicintai. Dalam hal ini orang yang merasa memperoleh dukungan sosial, secara emosional merasa lega karena diperhatikan, mendapat saran atau kesan yang menyenangkan pada dirinya (Dewi Bunga et al., 2022). Namun, untuk orang yang tidak memperoleh dukungan sosial akan berusaha untuk mencari cara agar mendapatkan kepuasan dan perhatian dari lingkungan, dalam penelitian ini ialah dengan mencari perhatian di media sosial, yaitu *over sharing*.

Sejalan dengan penelitian terdahulu Dewi Bunga et al (2022) *over sharing* secara psikologi merupakan suatu kebutuhan manusia untuk diperhatikan dan mendapatkan dukungan sosial. Seperti yang kita ketahui, ada banyak alasan mengapa seseorang melakukan *over sharing*, tetapi alasan utamanya adalah keinginan untuk diperhatikan ketika kesepian. Seringkali orang tidak memperhatikan ketika membagi lokasi rumahnya, foto atau video sugestif, detail permasalahan pertemanan hingga keluarga dapat menjadi ancaman yang dilakukan oleh pelaku *doxing* Illinois Woknet (dalam Dewi Bunga et al., 2022). Tentunya perilaku ini juga memiliki manfaat positif seperti persebaran informasi yang masif dan cepat, mengurangi tingkat kesepian penyebab depresi, dan berpengaruh pada pengembangan asesmen kepribadian. Perilaku *over sharing* di

media sosial tidak lepas dari kebutuhan psikologis manusia untuk diperhatikan, disayangi, dan memperoleh dukungan sosial (Akhtar, 2020). Sayangnya, masih banyak mahasiswa yang tidak bijak dalam menggunakan media sosial sehingga merasakan dampak negatifnya.

Over sharing menurut Horney dalam Feist dan Roberts, 2013 menjelaskan bahwa setiap individu memiliki kebutuhan untuk mengatasi kecemasan dasar yang mereka rasakan. Horney membagi kebutuhan manusia menjadi 10 kebutuhan, dua diantaranya adalah kebutuhan untuk mendapatkan pengakuan sosial dalam bentuk gengsi tertentu dan kebutuhan untuk dikagumi secara personal. Kebutuhan untuk mendapatkan pengakuan sosial membuat individu mencoba untuk selalu terlihat sebagai yang pertama, terlihat penting, dan menarik perhatian dari orang-orang tertentu pada dirinya atau pencapaiannya (Sutanto, 2022). *Over sharing* diartikan mengungkapkan lebih banyak perasaan, pendapat, dan seksualitas batin mereka daripada yang mereka lakukan secara langsung, atau bahkan melalui telepon. Pesan teks, *Facebooking*, *tweeting*, *camming*, *blogging*, kengan *online*, dan pornografi Internet adalah sarana berbagi yang berlebihan ini, yang mengaburkan batas antara kehidupan publik dan pribadi. *Over sharing* melibatkan atau mengarah ke gosip, drama, berputar dan bermain. *Over sharing*, menurut definisi, adalah "terlalu banyak informasi" pengeposan atau penyebaran informasi yang sangat pribadi, seperti status hubungan seseorang (Mawarniningsih et al., 2022). Salah satu kemampuan pengelolaan privasi komunikasi yaitu dimensi aturan informasi pribadi memiliki indikator yaitu memilih-milih dengan siapa dan bagaimana akan berbagi informasi yang sifatnya pribadi atau rahasia, mengatur batasan informasi pribadi yang akan diceritakan kepada orang lain, mempertahankan informasi pribadi dengan menghindari *over sharing* (berbagi berlebihan) agar tidak terjadi konflik dengan teman dan informasi pribadi tidak tersebar ke orang lain (Yusuf et al., 2022).

Menjalin hubungan erat dan harmonis dengan teman sebaya sangatlah penting. Pengaruh teman sebaya pada sikap, pembicaraan, minat, penampilan, dan perilaku lebih besar dari pada pengaruh keluarga. Demikian halnya dengan media sosial, salah satu contohnya yang di dapat dari jejaring sosial melalui teman sebaya dapat mempengaruhi pola penggunaan jejaring sosial. Banyaknya fitur-fitur menarik dalam jejaring sosial membuat mereka cenderung malas dan kecanduan (Kietzmann, 2011).

Dapat disimpulkan bahwa setiap individu memiliki kebutuhan untuk mendapatkan pengakuan sosial dan kebutuhan untuk dikagumi secara personal sehingga membuat individu melakukan *over sharing*. *Over sharing* adalah terlalu banyak informasi perasaan dan pendapat pribadi yang diberikan seseorang tanpa adanya batasan. Hal ini terjadi karena kemampuan teknologi yang menghubungkan kita kepada banyak orang melalui sosial media sehingga sangat mudah untuk menyebarkan informasi. Dengan cepatnya informasi tersebar melalui internet diharapkan orang-orang mampu menyaring masalah pribadi yang tidak seharusnya diketahui semua orang untuk disimpan sendiri atau dibagikan untuk orang terdekat saja. Tujuan penelitian untuk digali, yaitu : “adakah *Over sharing* yang dilakukan oleh mahasiswa terhadap perhatian di media sosial?”.

TELAAH PUSTAKA

Berikutnya, penelitian dari *Pew Research Center Study*, AS (Lenhart, 2015) menunjukkan bahwa sebagian besar remaja berbagi informasi di sosial media. Berbagai informasi menjadi kunci bagi mereka untuk mendapatkan perhatian bagi diri mereka sendiri. Mereka sering kali mengeluhkan tentang ‘*over sharing*’ yang dilakukan pengguna media sosial lain. Padahal, mereka sendiri juga terjebak di dalamnya. Mereka berbagi begitu banyak hal atau bahkan yang bersifat pribadi di dalam media sosial.

Penelitian selanjutnya dilakukan oleh Chris (2016) menemukan bahwa 53% publik membagikan gambar, diikuti oleh 42% opini, 37% memperbarui status tentang aktivitas saat ini, 36% membagikan tautan ke artikel, 35% menyukai sesuatu, dan 33% mengubah statusnya. Sering kali mereka mengungkapkan emosional masalah pribadi di media sosial untuk mengumpulkan perhatian dan simpati, serta berbagi informasi pribadi secara berlebihan.

Selanjutnya pada penelitian Monand (2017) yang mengutip artikel *Psychology Today* berjudul "*4 Things Teen Want and Need from Media Social*", waktu yang dihabiskan pengguna saat ini sebagian besar adalah untuk belajar dan berkumpul bersama keluarga, sedangkan untuk alasan mereka menggemari media sosial adalah untuk mendapat perhatian, meminta pendapat, dan menumbuhkan citra mereka. Nilai inti dari mereka adalah untuk berkomunikasi dan didengar.

Penelitian Ahmad (2020) Orang-orang di zaman sekarang tidak bisa terlepas yang namanya *gadget*. Adanya *gadget* menjadi salah satu bentuk menghilangkan kejenuhan. Ketika seseorang merasakan ketidaknyamanan dalam dirinya atau ketika anak dan remaja merasa bosan akhirnya salah satu pelampiasannya adalah *gadget* yang bisa membantu mengutarakan masalahnya lewat media sosial dalam bentuk menceritakan masalahnya atau membuat *meme* sesuai dengan suasana hati yang dialaminya.

Penelitian Dewi Bunga et al., (2022) menyatakan bahwa *over sharing* secara psikologi merupakan suatu kebutuhan manusia untuk diperhatikan dan mendapatkan dukungan sosial. Namun secara tidak langsung, aktivitas tersebut justru membahayakan pengunggahnya.

Dari lima penelitian yang ditemukan, rata-rata manusia banyak menggunakan media sosial sebagai tempat untuk mendapatkan perhatian dan hiburan. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa mereka sering kali melakukan *over sharing* baik secara sadar maupun tidak sadar, hal tersebut dikarenakan *over*

sharing merupakan suatu bentuk dari perilaku manusia untuk diperhatikan dan mendapatkan simpati. Bentuk *over sharing* yang dilakukan biasanya adalah dengan penandaan lokasi pada foto yang diunggah, mengutarakan masalah yang bersifat pribadi, memperbarui status terkait aktivitas yang dilakukan secara *real time*. Di mana secara tidak langsung hal tersebut justru membahayakan pengunggahnya. Perbedaan penelitian yang kami lakukan dengan kelima penelitian yang telah disebutkan antara lain yaitu tempat penelitian yang berlokasi di Bekasi, penelitian ini menggunakan teori Horney, dan subjek penelitian adalah mahasiswa/i di Bekasi.

METODE PENELITIAN

Peneliti menggunakan metode kuantitatif. Menurut Arikunto (2013) menjelaskan bahwa kuantitatif merupakan metode penelitian yang berisi angka-angka yang ada di dalam penelitian, seperti pengumpulan data, penafsiran terhadap data, dan penampilan di dalam hasil. Peneliti menggunakan pendekatan analisis deskriptif kuantitatif menurut Isnawati et al (2020) menjelaskan bahwa analisis deskriptif merupakan penelitian yang digunakan untuk memberikan gambaran yang ada di dalam keadaan yang sebenarnya dan hasil jawaban subjek tersebut akan berkaitan pada status subjek dari penelitian.

Populasi menurut Sugiyono (2017) menjelaskan bahwa populasi merupakan suatu wilayah yang digeneralisasikan dari obyek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang dapat ditetapkan oleh peneliti guna untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulannya. Peneliti menggunakan populasi mahasiswa Universitas Bhayangkara Jakarta Raya berjumlah 6.534 orang (Di & Perspektif, 2020). Peneliti menggunakan teknik pengambilan sampel menggunakan adalah teknik *stratified random sampling*. yakni teknik pengambilan sampel berdasarkan tingkatan tertentu dengan contoh penelitian mengenai perilaku individu pada masing-masing persepsi. Dengan metode

purposive sampling yaitu responden yang terpilih atas dasar pertimbangan peneliti dan pengambilan *sample* menggunakan kuesioner (Idea, 2022).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian diperoleh dari 113 responden mahasiswa yang melakukan *over sharing* di media sosial. Data penelitian kemudian dianalisis untuk mendapatkan hasil gambaran responden berdasarkan jenis kelamin dan aplikasi media sosial yang digunakan untuk membagikan cerita atau kegiatan sehari-hari. Data penelitian juga dianalisis dengan menggunakan uji perbandingan *independent samples T-test* dan analisis varians (anova).

Table 1. Descriptive Statistics Over sharing Berdasarkan Jenis Kelamin

	Laki-laki	Perempuan
Valid	35	78
Missing	0	0
Mean	70.000	67.718
Std. Deviation	13.928	10.297
Minimum	43.000	50.000
Maximum	103.000	98.000

Sumber. Hasil Analisis

Berdasarkan Table.1 di atas menunjukkan bahwa jumlah subjek yang diteliti baik dari laki-laki maupun perempuan adalah 113 responden. Dapat diketahui banyaknya data dari kategori jenis kelamin yaitu 35 responden berjenis kelamin laki-laki dan 78 responden berjenis kelamin perempuan. Pada laki-laki, skor terendah adalah 43 dan skor tertinggi 103 dengan rata-rata (*mean*) sebesar 70 serta standar deviasi sebesar 13.928. Sedangkan untuk perempuan, skor

terendah adalah 50 dan skor tertinggi 98 dengan rata-rata (*mean*) sebesar 67.718 serta standar deviasi sebesar 10.297.

Table.2 Descriptive Statistics Over sharing Berdasarkan Media Sosial

	<i>Instagram</i>	<i>Tiktok</i>	<i>Twitter</i>	<i>Whatsapp</i>
Valid	50	8	14	41
Missing	0	0	0	0
<i>Mean</i>	68.780	66.250	71.643	67.317
Std. Deviation	11.147	10.740	13.948	11.425
Minimum	50.000	54.000	55.000	43.000
Maximum	98.000	82.000	103.000	103.000

Sumber. Hasil Analisis

Berdasarkan Table.2 menunjukkan bahwa media sosial yang banyak digunakan yaitu sebanyak 50 responden menggunakan *Instagram*, 8 responden menggunakan *Tiktok*, 14 responden menggunakan *Twitter*, dan 41 responden menggunakan *Whatsapp*. Selanjutnya dapat diketahui bahwa nilai rata-rata tertinggi variabel *over sharing* untuk membagikan cerita atau kegiatan sehari-hari ada pada responden yang menggunakan *Twitter* dengan nilai *mean* sebesar 71.643.

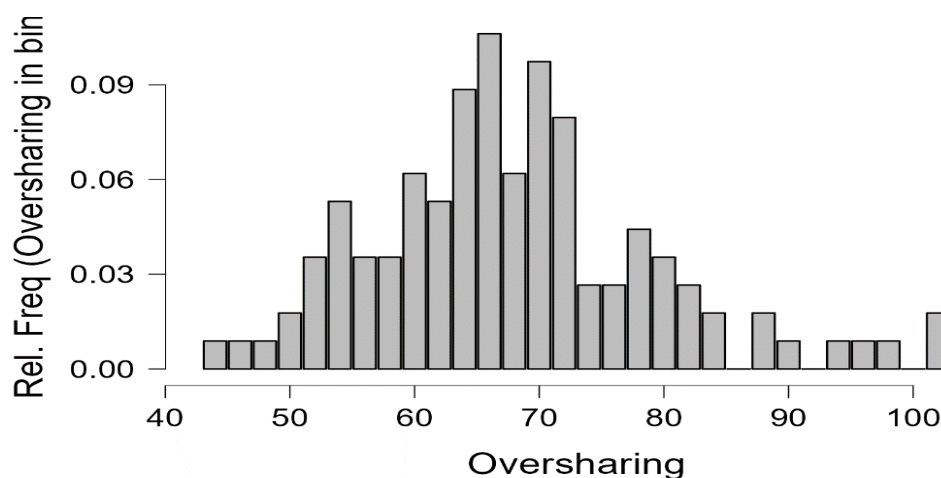
Table.3 Independent Samples T-Test Over sharing Berdasarkan Jenis Kelamin

	T	df	P
<i>Over sharing</i>	0.973	111	0.333

Sumber. Hasil Analisis

Berdasarkan Table.3 uji independen T-test over sharing berdasarkan jenis kelamin menunjukkan hasil $p = 0,333$ ($p > 0,05$). Hasil analisis tersebut menunjukkan bahwa tidak terdapat perbedaan yang signifikan antara laki-laki dan perempuan, yaitu mahasiswa dengan karakteristik pelaku pencari perhatian di media sosial. Karena laki-laki dan perempuan tidak memiliki perbedaan yang signifikan, artinya keduanya berada pada taraf yang sama yaitu sedang hal ini dapat dilihat dari rata-rata yang tercantum pada Table.1.

Gambar 1. Grafik Over sharing



Sumber. Hasil Analisis

Pada histogram di atas dapat dinyatakan normal karena residual distribusi frekuensi masuk ke dalam satu rentang, di mana satu rentang ini seimbang dengan garis.

Table.4 Analysis Variance Over sharing Berdasarkan Media Sosial

Media sosial	N	Mean	SD	SE	Coefficient of Variation
Instagram	50	68.780	11.147	1.576	0.162
Tik tok	8	66.250	10.740	3.797	0.162
Twitter	14	71.643	13.948	3.728	0.195
Whatsapp	41	67.317	11.425	1.784	0.170

Sumber. Hasil Analisis

Berdasarkan hasil dilihat dari tabel di atas dapat diketahui media sosial yang digunakan untuk membagikan cerita atau kegiatan sehari-hari yaitu sebanyak 50 responden menggunakan *Instagram*, 8 responden menggunakan *Tiktok*, 14 responden menggunakan *Twitter*, dan 41 responden menggunakan *Whatsapp*. Selanjutnya dapat diketahui bahwa nilai rata-rata tertinggi untuk variabel *over sharing* ada pada responden yang menggunakan *Instagram* dengan nilai *mean* sebesar 68.780.

Berdasarkan hasil analisis data dari kategori jenis kelamin yang lebih banyak melakukan *over sharing* yaitu perempuan sebanyak 78 responden dengan rata-rata 67.718 dan yang terendah laki-laki sebanyak 35 responden dengan rata-rata 70.000. Kondisi media sosial yang selalu menghubungkan individu secara bersama-sama membuat untuk selalu menggunakan media sosial dalam kehidupannya. Permasalahan terjadi sebab kepribadian perempuan lebih banyak butuh kesempatan dalam mempresentasikan diri serta ketergantungan terhadap teman sehingga perempuan lebih sering menggunakan sosial media (Yulianti & Astari, 2020). Integritas ini mempengaruhi tingkat kesadaran keamanan data antara laki-laki dan perempuan memiliki perbedaan ketertarikan dalam mengelola media sosial, laki-laki cenderung lebih memperhatikan norma subyektif, kegunaan dan kemudahan pengguna dalam adopsi teknologi di media sosial (Koyuncu & Pusatli, 2019).

Over Sharing Yang Dilakukan Mahasiswa Mencari Perhatian Di Media Sosial

Media sosial yang paling banyak digunakan di kalangan mahasiswa adalah *Instagram* sebanyak 50 responden dan yang paling banyak digunakan untuk membagikan cerita atau kegiatan sehari-hari yaitu *Twitter* dengan rata-rata 71.643. Responden menggunakan media sosial untuk berkomunikasi, fenomena ini merupakan pola komunikasi yang saat ini dibutuhkan bukan hanya sebagai gaya hidup tetapi kebutuhan utama yaitu berkomunikasi secara *online*, bisa dimengerti tingginya penggunaan media sosial karena manusia membutuhkan keterkaitan dengan orang yang berada luar lingkungannya (Sosiawan, 2011).

Berdasarkan uji independen *T-test over sharing* hasil analisis tersebut menunjukkan bahwa tidak terdapat perbedaan yang signifikan antara laki-laki dan perempuan, yaitu mahasiswa dengan karakteristik pelaku pencari perhatian di media sosial. Tidak adanya perbedaan antara perempuan dan laki-laki yang signifikan dalam melakukan *over sharing* sehingga penelitian ini membuktikan pada laki-laki dan perempuan tersebut tidak memiliki kecenderungan melakukan *over sharing*. Perempuan dan laki-laki memiliki kemampuan beradaptasi yang sama dalam menghadapi stresor yang sama (Sunarni, 2007).

KESIMPULAN DAN SARAN

Dari mahasiswa mencari perhatian yang didapat, dapat disimpulkan bahwa *over sharing* pada perempuan memiliki tingkat lebih tinggi daripada laki-laki karena kecenderungan tingkat mereka dalam menggunakan media sosial dan melakukan upaya mencari perhatian. *Instagram* menjadi salah satu media sosial dengan responden terbanyak yang digunakan sebagai sarana membagikan cerita atau *over sharing*. Untuk penelitian selanjutnya untuk kurangnya referensi penelitian terdahulu menyebabkan tidak ada perbandingan yang sesuai dengan penelitian kami dan kepada responden untuk selalu memperhatikan pernyataan agar tidak keliru dalam menjawabnya karena dapat mempengaruhi hasil akhir.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, A. (2020). Media Sosial dan Tantangan Masa Depan Generasi Milenial. In *Avant Garde* (Vol. 8, Issue 2, p. 134). Jurnal UIN Alauddin Makassar. <https://doi.org/10.36080/ag.v8i2.1158>
- Akhtar, H. (2020). Perilaku Oversharing di Media Sosial: Ancaman atau Peluang? *Psikologika : Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Psikologi*, 25(2), 257–270. <https://doi.org/10.20885/psikologika.vol25.iss2.art7>
- Arikunto, S. (2013). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta.
- Chris, N. (2016). Remaja, Media Sosial dan Cyberbullying. *Jurnal Ilmiah Komunikasi*, 5(2), 119–139.
- Dewi Bunga, Cokorde Istri Dian Laksmi Dewi, & Kadek Ary Purnama Dewi. (2022). Literasi Digital Untuk Menanggulangi Perilaku Oversharing di Media Sosial. *Sevanam: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(1), 1–12. <https://doi.org/10.25078/sevanam.v1i1.9>
- Di, K., & Perspektif, I. (2020). Universitas Bhayangkara Jakarta Raya E-mail: *Jurnal Program Pascasarjana Ilmu Hukum*, 6(1), 65–78.
- Idea, G. (2022). *Strati fi ed random sampling* (pp. 55–67). Jurnal Binus University.
- Isnawati, I., Jalinus, N., & Risfendra, R. (2020). Analisis Kemampuan Pedagogi Guru SMK yang sedang Mengambil Pendidikan Profesi Guru dengan Metode Deskriptif Kuantitatif dan Metode Kualitatif. *INVOTEK: Jurnal Inovasi Vokasional Dan Teknologi*, 20(1), 37–44. <https://doi.org/10.24036/invotek.v20i1.652>
- Kessik, G., & Taftazani, M. (2021). Penanganan Gangguan Kepribadian. *Jurnal Pengabdian Dan Penelitian Kepada Masyarakat*, 2(2), 228–235.
- Kietzmann, E. (2011). Analisis Perilaku Keamanan Informasi Pengguna Sosmed **Over Sharing Yang Dilakukan Mahasiswa Mencari Perhatian Di Media Sosial**

Dikalangan Generasi Milenial. *Prodi Pendidikan Teknologi Informasi Dan Komunikasi, Universitas Negeri Manado, Tondano. 95318.*

Koyuncu, M., & Pusatli, T. (2019). Security Awareness Level of Smartphone Users: An Exploratory Case Study. *Mobile Information Systems, 2019.*
<https://doi.org/10.1155/2019/2786913>

Lenhart, A. (2015). Social Media and Teen Friendships | Pew Research Center. *Pew Research Center, 1–12.*

Mawarniningsih, A. D. A., Trisnani, R. P., & Kadafi, A. (2022). Fenomenologi perilaku oversharing remaja. In *Seminar Nasional Sosial Sains, Pendidikan, Humaniora (SENASSDRA) (Vol. 1, pp. 595–604).* Jurnal Universitas PGRI Madiun.

Monanda, R. (2017). Pengaruh media sosial Instagram terhadap gaya hidup hedonis di kalangan followers remaja. *Jom Fisip, 4(2), 4.*

Sosiawan, E. A. (2011). Penggunaan Situs Jejaring Sosial sebagai Media Interaksi dan Komunikasi di Kalangan Mahasiswa. *Jurnal Ilmu Komunikasi, 9, 60–75.*

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D.* Erlangga.

Sumunarsih, Saras, B. (2021). *Pahami , Ini Risiko Curhat Masalah Pribadi di Media Sosial Menurut Pakar.* Parapuan.
<https://www.parapuan.co/read/532789016/pahami-ini-risiko-curhat-masalah-pribadi-di-media-sosial-menurut-pakar>

Sunarni, T. (2007). *Flavonoid antioksidan penangkap radikal dari daun kepel.* *18(3), 111–116.*

Sutanto, S. H. (2022). *Apa yang salah dengan Oversharing di Media Sosial?* *6(11), 1–8.*

Tim Editorial. (2022). *Lowon Pengertian Skala Likert dan Contoh Cara Hitung Kuesionernya*. Diedit.Com. <https://www.diedit.com/skala-likert/>

Yulianti, R., & Astari, R. (2020). Jurnal Kesehatan Jurnal Kesehatan. *Jurnal Kesehatan*, 8(1), 10–15.

Yusuf, N. M., Cahyani, I. P., & Nathanael, G. K. (2022). *Pengaruh Tingkat Literasi Digital Terhadap Pengelolaan Privasi Komunikasi Remaja Dalam Peer Group (Survei Pada Siswa Ma Usb Filial Man Batam)*. 10(2), 90–107.