
DATA VULNERABILITY DAN ONLINE WELL-BEING: KAJIAN APCO FRAMEWORK ATAS PRIVACY CONCERNS, PROTECTIVE ACTIONS, DAN ONLINE SOCIAL CAPITAL

DATA VULNERABILITY AND ONLINE WELL-BEING: AN APCO FRAMEWORK STUDY ON PRIVACY CONCERNS, PROTECTIVE ACTIONS, AND ONLINE SOCIAL CAPITAL

Saraswati Kartika Sari¹, Yolanda Masnita¹, dan Husna Leila Yusran ²
Universitas Trisakti
022002202036@std.trisakti.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini berada pada ranah pemasaran digital dan perilaku konsumen dengan menitikberatkan pada hubungan antara data vulnerability, privacy concerns, privacy protection behaviours, online social capital, dan online well-being dalam kerangka APCO. Studi ini berangkat dari adanya ketidakkonsistenan temuan empiris mengenai pengaruh kerentanan data terhadap kesejahteraan daring, serta belum terjelaskannya secara memadai peran kekhawatiran privasi, modal sosial daring, dan perilaku perlindungan privasi yang bersifat reaktif maupun proaktif dalam hubungan tersebut. Untuk menjawab persoalan itu, penelitian ini mengembangkan model konseptual berbasis APCO dengan menempatkan online social capital sebagai variabel mediasi dan privacy protection behaviours sebagai mekanisme protektif. Model tersebut diuji secara empiris menggunakan Structural Equation Modeling (SEM-AMOS) terhadap 159 pengguna media sosial di Indonesia. Hasil penelitian menunjukkan bahwa data vulnerability berpengaruh positif dan signifikan terhadap privacy concerns, yang selanjutnya mendorong munculnya perilaku perlindungan privasi, baik reaktif maupun proaktif. Temuan juga memperlihatkan bahwa perlindungan privasi proaktif serta online social capital berpengaruh positif terhadap online well-being. Namun demikian, data vulnerability tidak terbukti menurunkan online social capital, dan online social capital juga tidak memediasi pengaruh negatif data vulnerability terhadap online well-being. Secara teoretis, penelitian ini memperkaya literatur mengenai kesejahteraan daring dan privasi digital dengan menunjukkan bahwa pengguna yang memiliki kecakapan digital mampu menjaga kesejahteraan daring melalui pengelolaan privasi yang terencana serta dukungan jejaring sosial online yang kuat. Selain itu, model penelitian terbukti memiliki tingkat kesesuaian yang memadai dengan instrumen yang valid dan reliabel, sehingga layak menjadi dasar bagi rekomendasi praktis.

Kata kunci: Kerentanan Data; Kekhawatiran Privasi; Perilaku Perlindungan Privasi

ABSTRACT

This study lies within digital marketing and consumer behavior, focusing on data vulnerability, privacy concerns, privacy protection behaviours, online social capital, and online well-being within the APCO framework. It addresses inconsistent empirical findings on the effect of data vulnerability on online well-being and the still unclear roles of privacy concerns, online social capital, and reactive and proactive privacy protection behaviours in explaining this relationship. To fill this gap, the study develops and tests an APCO-based structural model that positions online social capital as a mediator and privacy protection behaviours as protective mechanisms. The model is examined using Structural Equation Modeling (SEM-AMOS) based on survey data from 159 social media users in Indonesia. The results show that data vulnerability has a

positive and significant effect on privacy concerns, which in turn encourage both reactive and proactive privacy protection behaviours. Proactive privacy protection and online social capital are also found to positively influence online well-being. However, data vulnerability does not significantly reduce online social capital, and online social capital does not mediate the negative relationship between data vulnerability and online well-being. This study contributes to the literature on online well-being and digital privacy by showing that digitally savvy users can sustain their online well-being through deliberate privacy management and strong online social ties, even when they feel vulnerable about their data. The model demonstrates acceptable goodness-of-fit, as well as valid and reliable measures, supporting the robustness of the findings and their practical implications.

Keywords : Data Vulnerability; Privacy Concerns; Privacy Protection Behaviours

PENDAHULUAN

Kesejahteraan daring (online well-being atau digital well-being) merujuk pada pengalaman subjektif individu dalam menyeimbangkan manfaat dan risiko dari keterhubungan digital dalam kehidupan sehari-hari (Chen, Ebrahimi, & Cheng, 2025; Vanden Abeele, 2021). Konsep ini mencakup dimensi emosional, seperti kesenangan dan stres digital; dimensi kognitif, seperti otonomi dan kompetensi saat menggunakan media digital; serta dimensi sosial, seperti rasa terhubung dan kemampuan berempati dalam interaksi online (Chen et al., 2025). Karena itu, online well-being tidak hanya dipahami sebagai ketiadaan masalah, seperti kecanduan internet atau kelebihan informasi, tetapi juga sebagai wujud keberfungsian psikologis yang positif dan integrasi teknologi yang sehat dalam kehidupan sehari-hari (Büchi, 2024; Vanden Abeele, 2021). Dalam literatur kesejahteraan konsumen, konsep ini berkaitan dengan hedonic well-being, yang menekankan kebahagiaan dan kepuasan sesaat, serta eudaimonic well-being, yang menyoroti pemenuhan, pencapaian, dan tujuan hidup yang lebih mendalam (Aji Mohammad Fadrian Nur & Husna Leila Yusran, 2024). Dengan demikian, kemampuan memanfaatkan teknologi secara efektif sambil meminimalkan stres dan risiko digital dapat mendukung kepuasan hidup dan kesehatan mental (Büchi, 2024; Chen et al., 2025).

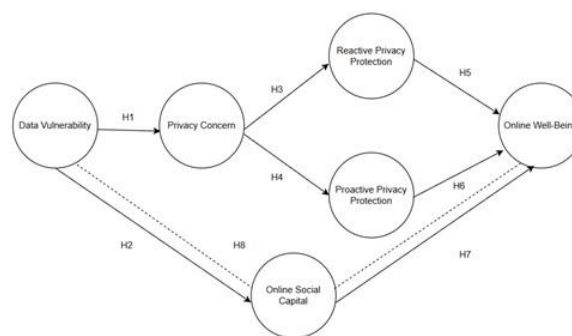
Sejumlah penelitian menunjukkan bahwa data vulnerability memengaruhi online well-being (Gao, Wang, & Jiang, 2022; T. Liu, Li, & Jia, 2023; B. Wu, Luo, Li, & Hu, 2022). Namun, Quach, Dang, Thaichon, Le, dan Le (2025) menemukan hasil yang berbeda, yaitu tidak adanya pengaruh signifikan. Perbedaan ini menunjukkan masih adanya inkonsistensi empiris mengenai peran data vulnerability dalam membentuk kesejahteraan daring. Sejalan dengan itu, beberapa studi sebelumnya juga lebih banyak menelaah hubungan langsung antara data vulnerability dan online well-being (Hafiza, Prabowo, & Silfiasari, 2022; Quach et al., 2025; B. Wu et al., 2022). Kebaruan penelitian ini terletak pada pengujian online social capital sebagai variabel mediasi, mengingat variabel tersebut juga berkontribusi penting terhadap online well-being (Gera, Cherian, Perumandla, & Bhattacharyya, 2025).

Penelitian ini menggunakan kerangka APCO (Antecedents–Privacy Concerns–Outcomes) untuk menjelaskan bagaimana faktor-faktor anteseden, seperti karakteristik individu, pengalaman privasi sebelumnya, pengetahuan privasi, dan lingkungan sosial, membentuk privacy concerns yang kemudian memengaruhi berbagai konsekuensi perilaku (Smith, Dinev, & Xu, 2011). Kerangka ini kemudian disempurnakan oleh Dinev, McConnell, dan Smith (2015) melalui penambahan konsep kalkulus privasi dan evaluasi kognitif, sehingga menjadi salah satu model yang banyak digunakan untuk memahami dinamika privasi di lingkungan digital.

Dalam penelitian ini, online well-being dipahami sebagai kondisi ketika penggunaan internet dan perangkat digital mendukung kehidupan mental, emosional, dan sosial individu (Vanden Abeele, 2021). Data vulnerability merujuk pada persepsi bahwa data pribadi dapat disalahgunakan, bocor, atau diakses tanpa izin karena individu tidak sepenuhnya mengendalikan proses pengumpulan, penyimpanan, dan

pemanfaatannya (Kelly D. Martin, Borah, & Palmatier, 2017). Privacy concerns menunjukkan tingkat kekhawatiran individu terhadap praktik pengelolaan data oleh perusahaan atau platform digital (Smith et al., 2011). Sementara itu, reactive privacy protection merupakan tindakan perlindungan privasi setelah muncul ancaman, sedangkan proactive privacy protection merupakan langkah pencegahan sebelum masalah terjadi (Chou & Chou, 2021). Adapun online social capital menggambarkan sumber daya sosial yang diperoleh melalui jejaring online, seperti akses informasi, dukungan emosional, dan peluang sosial (Ellison, Steinfield, & Lampe, 2007). Dalam konteks ini, media sosial juga dapat menjadi sarana memperoleh umpan balik konsumen, seperti masukan, keluhan, dan saran (Daya, Siagian, & Kurniawati, 2022).

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan menjelaskan bagaimana persepsi terhadap kerentanan data membentuk privacy concerns, yang selanjutnya memengaruhi reactive privacy protection, proactive privacy protection, dan online social capital dalam upaya meningkatkan online well-being. Dengan demikian, studi ini berupaya memberikan pemahaman yang lebih utuh mengenai faktor-faktor yang mendukung rasa aman, kenyamanan psikologis, dan kesejahteraan individu di lingkungan digital.



Gambar 1. Kerangka Konseptual

Data vulnerability menggambarkan kondisi ketika individu merasa terekspos dan rentan karena data pribadinya berpotensi disalahgunakan, diakses tanpa otorisasi, atau mengalami kebocoran. Persepsi ini meningkatkan kekhawatiran terhadap cara organisasi digital mengelahkan informasi pribadi pengguna (Gao et al., 2022; Kelly D. Martin et al., 2017). Dalam kerangka APCO, data vulnerability diposisikan sebagai anteseden yang membentuk intensitas privacy concerns atas praktik pengumpulan dan penggunaan data (Smith et al., 2011). Sejalan dengan itu, bukti empiris menunjukkan bahwa semakin tinggi data vulnerability, semakin tinggi pula privacy concerns (Fakfare et al., 2024). Berdasarkan argumen tersebut, diajukan hipotesis:

H1: Data vulnerability berpengaruh positif terhadap privacy concerns.

Selain meningkatkan kekhawatiran privasi, data vulnerability juga mencerminkan persepsi bahwa informasi pribadi mudah dieksploitasi atau tersebar di luar kendali, sehingga memperbesar persepsi risiko dan menurunkan kecenderungan untuk terus menggunakan serta membagikan data pada platform yang bergantung pada informasi pribadi (Fakfare et al., 2024; T. Liu et al., 2023). Di sisi lain, online social capital terbentuk melalui intensitas penggunaan media sosial, frekuensi interaksi, keterbukaan diri, dan pemeliharaan relasi yang memperkuat bridging, bonding, dan maintained ties dalam jejaring online (Ellison et al., 2007; Steinfield et al., 2008). Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa semakin tinggi persepsi risiko dan privacy concerns, semakin rendah kecenderungan individu



untuk membuka diri dan berpartisipasi, sehingga peluang membangun sumber daya sosial digital menjadi lebih terbatas (Ampong et al., 2018; Tzortzaki et al., 2016). Atas dasar itu, diajukan:

H2: Data vulnerability berpengaruh negatif terhadap online social capital.

Privacy concerns merefleksikan tingkat kekhawatiran individu bahwa organisasi digital dapat mengumpulkan, menyalahgunakan, atau membagikan data pribadi tanpa izin (Smith et al., 2011). Individu dengan tingkat privacy concerns yang tinggi cenderung mengambil langkah perlindungan setelah menghadapi ancaman, misalnya mengganti kata sandi, membatasi informasi yang dibagikan, atau menyesuaikan pengaturan privasi (Buchanan et al., 2007; Meier & Krämer, 2024). Temuan empiris juga menunjukkan bahwa privacy concerns mendorong respons protektif setelah muncul spam, peringatan peretasan, atau pengalaman negatif lainnya di platform digital (Fakfare et al., 2024; Kocabas et al., 2021). Hal ini didukung pula oleh studi sebelumnya yang menemukan bahwa semakin tinggi privacy concerns, semakin sering tindakan defensif dilakukan sebagai reaksi terhadap risiko yang dirasakan (Mohamed & Ahmad, 2012; Sheehan, 1999). Dengan demikian, diajukan:

H3: Privacy concerns berpengaruh positif terhadap reactive privacy protection behaviour.

Dalam literatur privasi, privacy concerns juga dipahami sebagai pendorong utama tindakan perlindungan yang bersifat preventif, karena kekhawatiran terhadap pengumpulan dan pemrosesan data mendorong individu mempertahankan kontrol atas privasinya (Jiang et al., 2013). Berbagai studi menunjukkan bahwa meningkatnya privacy concerns berkorelasi positif dengan perilaku proaktif, seperti mengatur opsi privasi sejak awal, membatasi pengungkapan data, menggunakan alat keamanan tambahan, dan lebih selektif dalam interaksi digital (Hughes-Roberts & Kani-Zabihi, 2014; Jiang et al., 2013; Rodríguez-Priego et al., 2023). Karena itu, semakin besar kekhawatiran privasi, semakin kuat pula dorongan untuk melakukan perlindungan yang terencana sebelum masalah muncul. Berdasarkan hal tersebut, diajukan:

H4: Privacy concerns berpengaruh positif terhadap proactive privacy protection behavior.

Reactive privacy protection behaviour merujuk pada tindakan defensif yang dilakukan setelah muncul ancaman atau insiden privasi, seperti spam, upaya peretasan, atau kebocoran data, misalnya dengan mengganti kata sandi, menghapus riwayat penelusuran, atau meninjau ulang pengaturan keamanan (Choi et al., 2018; W. Wang et al., 2025). Jika respons semacam ini terus-menerus dilakukan, individu dapat mengalami privacy fatigue, yaitu rasa lelah, sinisme, dan ketidakberdayaan dalam mengelola data pribadi (Choi et al., 2018; W. Wang et al., 2025). Dalam perspektif stress-strain-outcome, kondisi tersebut berkaitan dengan meningkatnya stres, penarikan diri dari aktivitas online, dan menurunnya kualitas pengalaman subjektif di ruang digital (Yizhou Liu et al., 2023). Kajian digital well-being juga menunjukkan bahwa kewaspadaan terus-menerus terhadap ancaman privasi dapat mengganggu keseimbangan antara manfaat dan beban teknologi, sehingga menurunkan well-being (Büchi, 2024; Burr et al., 2020). Bahkan, penelitian terbaru menunjukkan bahwa tingginya reactive privacy protection behaviour dalam konteks data vulnerability yang kuat berkaitan dengan rendahnya online well-being (Fakfare et al., 2024). Oleh karena itu, diajukan:

H5: Reactive privacy protection behaviour berpengaruh negatif terhadap online well-being.

Sebaliknya, proactive privacy protection behaviour mencakup tindakan pencegahan seperti mengatur opsi privasi, menggunakan alat pengelolaan data, dan meminimalkan jejak digital guna mengurangi risiko privasi sekaligus meningkatkan rasa aman dan kontrol di lingkungan digital (Büchi, 2024). Penelitian menunjukkan bahwa pengguna yang konsisten melakukan langkah-langkah proaktif cenderung memiliki tingkat online well-being yang lebih tinggi karena merasa kurang terekspos terhadap ancaman dan tidak terlalu terbebani oleh privacy fatigue (Fakfare et al., 2024). Studi mengenai digital self-control tools juga memperlihatkan bahwa pengelolaan teknologi secara proaktif, seperti mengatur notifikasi, membatasi akses, dan mengendalikan aliran informasi, dapat meningkatkan digital



well-being melalui penguatan rasa otonomi dan kompetensi (Roffarello & De Russis, 2023). Selain itu, meningkatnya perceived privacy control juga berkaitan dengan menurunnya kecemasan dan meningkatnya kepuasan terhadap pengalaman online (K. D. Martin & Murphy, 2017). Berdasarkan itu, diajukan:

H6: Proactive privacy protection behaviour berpengaruh positif terhadap online well-being.

Literatur terdahulu menunjukkan bahwa penggunaan media sosial yang mendukung terbentuknya online social capital, baik bridging maupun bonding, berkorelasi positif dengan indikator well-being, seperti meningkatnya kepuasan hidup dan menurunnya kesepian, karena jejaring online menyediakan dukungan emosional dan informasi yang relevan (Ellison et al., 2007; Valenzuela et al., 2009). Studi lain juga menemukan bahwa keterlibatan di berbagai platform jejaring sosial dapat meningkatkan online social capital dan, pada akhirnya, memperbaiki psychological well-being dalam konteks digital (Phua et al., 2017). Bahkan, online social capital juga ditemukan memediasi hubungan antara motif penggunaan media sosial dan subjective well-being (Hong & Bae, 2023). Oleh sebab itu, dirumuskan:

H7: Online social capital berpengaruh positif terhadap online well-being.

Secara konseptual, data vulnerability berpotensi melemahkan kenyamanan psikologis dan memunculkan respons negatif, seperti menurunnya niat untuk terus menggunakan platform digital, yang merefleksikan dampak merugikan terhadap online well-being (Gao et al., 2022). Ketika individu merasa rentan dan semakin khawatir terhadap privasi, mereka cenderung mengurangi pengungkapan diri dan interaksi sosial, sehingga peluang membangun serta mempertahankan online social capital menjadi lebih kecil (Hu et al., 2024; T. Liu et al., 2023). Pada saat yang sama, penelitian menunjukkan bahwa online social capital merupakan mekanisme penting yang menjelaskan hubungan antara interaksi digital dan well-being pengguna (F. Wang & Wang, 2025). Selain itu, online social capital yang kuat juga dapat menjadi penyangga terhadap ancaman kesejahteraan karena menyediakan dukungan sosial dan rasa keterhubungan (Duradoni et al., 2025). Berdasarkan literatur tersebut, diajukan:

H8: Online social capital memediasi pengaruh negatif data vulnerability terhadap online well-being.

METODE

Penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh melalui kuesioner online self-administered dengan skala Likert. Instrumen disebarikan melalui Instagram, WhatsApp, dan Twitter agar partisipasi responden lebih mudah dijangkau. Populasi sasaran mencakup pengguna media sosial secara umum, sehingga setiap pengguna aktif memiliki kesempatan yang sama untuk berpartisipasi.

Sebanyak 159 responden terlibat dalam penelitian ini, terdiri atas 82 perempuan (51,6%) dan 77 laki-laki (48,4%). Mayoritas responden berusia 21–35 tahun (124 orang; 78,0%), diikuti usia 17–20 tahun (24 orang; 15,1%) dan 36–41 tahun (11 orang; 6,9%). Berdasarkan pendidikan, sebagian besar merupakan lulusan S1 (91 orang; 57,2%), diikuti SMA/SMK (36 orang; 22,6%), diploma D3/D4 (26 orang; 16,4%), serta S2/S3 (6 orang; 3,8%). Dari sisi pekerjaan, responden didominasi karyawan swasta (71 orang; 44,7%), kemudian mahasiswa (35 orang; 22,0%), wirausahawan (31 orang; 19,5%), dan pegawai negeri (22 orang; 13,8%). Secara umum, sampel merepresentasikan kelompok dewasa muda yang relatif berpendidikan tinggi, aktif secara digital, dan cukup sadar terhadap isu privasi serta perilaku online.

Penelitian ini menguji enam konstruk, yaitu online well-being, data vulnerability, privacy concern, reactive privacy protection behavior, proactive privacy protection behavior, dan online social capital. Online well-being diukur menggunakan lima item yang diadaptasi dari Quach et al. (2025). Data vulnerability diukur dengan enam item, sedangkan privacy concern, reactive privacy protection behavior, dan proactive privacy protection behavior masing-masing diukur menggunakan lima item yang juga diadaptasi dari Quach et al. (2025). Sementara itu, online social capital diukur dengan lima item yang diadaptasi dari Gera et al. (2025).



Hasil uji validitas menunjukkan bahwa seluruh item memiliki koefisien korelasi Pearson $\geq 0,159$ dengan signifikansi 2-tailed $\leq 0,05$, sehingga semua indikator dinyatakan valid. Uji reliabilitas juga memperlihatkan bahwa seluruh variabel memiliki nilai Cronbach's Alpha $\geq 0,6$, yang menandakan konsistensi internal yang memadai. Dengan demikian, instrumen penelitian dinilai layak untuk analisis lanjutan.

Analisis data dilakukan menggunakan Structural Equation Modeling (SEM) dengan AMOS. Metode ini dipilih karena mampu menganalisis hubungan kompleks antar konstruk laten sekaligus mengestimasi pengaruh langsung dan tidak langsung dalam satu model terpadu. Sebelum pengujian model struktural, dilakukan terlebih dahulu uji validitas dan reliabilitas untuk memastikan measurement model telah merepresentasikan konstruk secara memadai. Selanjutnya, structural model digunakan untuk menguji hubungan antarvariabel yang dihipotesiskan.

Kecocokan model dievaluasi melalui berbagai indeks Goodness-of-Fit, yaitu p-value, CMIN/DF, RMSEA, IFI, CFI, TLI, NFI, RFI, ECVI, dan AIC, dengan mengacu pada kriteria Hair Jr et al. (2018). Melalui pendekatan SEM-AMOS ini, penelitian dapat mengestimasi pengaruh langsung maupun tidak langsung dari data vulnerability, privacy concern, privacy protection behaviours, dan online social capital terhadap online well-being, sekaligus mengidentifikasi faktor yang paling berperan dalam membentuk subjective well-being pengguna di lingkungan digital.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil evaluasi model menunjukkan bahwa tujuh indeks kelayakan, yaitu ECVI, RMSEA, IFI, TLI, CFI, CMIN/DF, dan AIC, telah memenuhi kriteria goodness-of-fit yang direkomendasikan. Sementara itu, dua indeks lainnya, yakni NFI dan RFI, masih berada pada kategori marginal fit, dan nilai p-value menunjukkan kecocokan model yang kurang optimal. Meskipun demikian, secara keseluruhan kombinasi berbagai indikator tersebut mengindikasikan bahwa structural model memiliki tingkat kesesuaian yang baik dengan data, sehingga layak digunakan untuk pengujian hipotesis lebih lanjut. Mengacu pada pedoman Hair Jr et al. (2018), terpenuhinya sebagian besar ambang batas utama goodness-of-fit menunjukkan bahwa model mampu merepresentasikan hubungan antar konstruk yang diamati secara memadai. Oleh karena itu, hasil yang diperoleh dari model ini dapat dinilai cukup kuat dan andal sebagai dasar untuk mengevaluasi hipotesis penelitian yang diajukan.

Tabel 1. Uji Pengaruh Langsung

Hipotesis	Hubungan	Koefisien	P-Value	Kesimpulan
H ₁	PC <--- DV	0.754	0.000	H1 Didukung
H ₂	OSC <--- DV	0.651	0.000	H2 Tidak Didukung
H ₃	RPPB <-- - PC	0.645	0.000	H3 Didukung
H ₄	PPPB <-- - PC	0.648	0.000	H4 Didukung
H ₅	OWB <-- - RPPB	0.311	0.000	H5 Tidak Didukung
H ₆	OWB <-- - PPPB	0.294	0.000	H6 Didukung
H ₇	OWB <-- - OSC	0.302	0.000	H7 Didukung



Hasil analisis menunjukkan bahwa data vulnerability berpengaruh positif dan signifikan terhadap privacy concerns ($p\text{-value} = 0,000 < 0,05$; koefisien = 0,754), sehingga H_0 tidak didukung dan H_1 didukung. Temuan ini menegaskan bahwa semakin tinggi kerentanan data yang dirasakan, semakin tinggi pula kekhawatiran privasi, selaras dengan penelitian yang menyatakan bahwa kerentanan terhadap risiko privasi akibat pengungkapan data pribadi meningkatkan online privacy concerns (MILNE et al., 2004; Youn, 2009). Namun, data vulnerability tidak terbukti berpengaruh negatif terhadap online social capital. Sebaliknya, hasil analisis menunjukkan $p\text{-value} 0,000 (< 0,05)$ dengan koefisien positif 0,651, sehingga H_0 didukung dan H_2 tidak didukung. Hal ini menunjukkan bahwa peningkatan persepsi kerentanan data tidak menurunkan online social capital, melainkan berkorelasi positif, sejalan dengan temuan bahwa intensitas penggunaan media sosial dan platform online dapat tetap memperkuat bonding dan bridging social capital meskipun terdapat risiko dan kekhawatiran digital (M.-S. Wu, 2023).

Selanjutnya, privacy concerns berpengaruh positif dan signifikan terhadap reactive privacy protection behaviour ($p\text{-value} = 0,000 < 0,05$; koefisien = 0,645), sehingga H_0 tidak didukung dan H_3 didukung. Artinya, semakin tinggi kekhawatiran privasi, semakin besar kecenderungan individu melakukan tindakan protektif reaktif saat menghadapi ancaman, sejalan dengan Protection Motivation Theory dan temuan Youn (2009). Privacy concerns juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap proactive privacy protection behaviour ($p\text{-value} = 0,000 < 0,05$; koefisien = 0,648), sehingga H_0 tidak didukung dan H_4 diterima. Hasil ini menegaskan bahwa individu dengan tingkat kekhawatiran privasi yang lebih tinggi cenderung menerapkan strategi perlindungan yang lebih preventif, seperti mengubah pengaturan keamanan, menggunakan alat proteksi, dan membatasi akses pihak ketiga terhadap data pribadi, sebagaimana ditemukan oleh Kim et al. (2023).

Berbeda dari hipotesis awal, reactive privacy protection behaviour tidak berpengaruh negatif terhadap online well-being. Model justru menunjukkan $p\text{-value} 0,000 (< 0,05)$ dengan koefisien positif 0,311, sehingga H_0 didukung dan H_5 tidak didukung. Temuan ini mengindikasikan bahwa perlindungan privasi yang bersifat reaktif tidak menurunkan online well-being, bahkan dapat berkaitan dengan efek netral atau positif, sejalan dengan pandangan bahwa tindakan protektif dapat berfungsi sebagai strategi coping yang meningkatkan rasa aman di lingkungan digital (Büchi et al., 2018). Sementara itu, proactive privacy protection behaviour terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap online well-being ($p\text{-value} = 0,000 < 0,05$; koefisien = 0,294), sehingga H_0 tidak didukung dan H_6 didukung. Temuan ini mendukung bukti bahwa pengelolaan privasi yang efektif merupakan bagian dari digital hygiene yang membantu menjaga digital health dan mengurangi kelelahan emosional (Büchi et al., 2018).

Selain itu, online social capital juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap online well-being ($p\text{-value} = 0,000 < 0,05$; koefisien = 0,302), sehingga H_0 tidak didukung dan H_7 diterima. Dengan demikian, semakin tinggi online social capital yang dimiliki individu, semakin baik pula tingkat online well-beingnya. Hasil ini konsisten dengan penelitian yang menunjukkan bahwa bonding dan bridging social capital yang difasilitasi media sosial dapat meningkatkan subjective well-being melalui kualitas hubungan sosial dan dukungan emosional yang lebih kuat di ruang digital (Duan et al., 2025).

Tabel 2. Uji Pengaruh Mediasi

Hipotesa	Hubungan	Koefisien	Kesimpulan
	n		
H_8	OWB <--- OSC <--- DV	0.451	H_8 Tidak Didukung



Hasil penelitian menunjukkan bahwa online social capital tidak berfungsi sebagai mediator dalam hubungan negatif antara data vulnerability dan online well-being, sebagaimana tercermin dari indirect effect yang tidak signifikan (0,451). Dengan demikian, H0 didukung dan H8 tidak didukung. Temuan ini mengindikasikan bahwa peningkatan data vulnerability tidak menurunkan online well-being melalui jalur tidak langsung yang melibatkan online social capital. Hasil tersebut sejalan dengan studi pada online health communities' yang menunjukkan bahwa dampak negatif data vulnerability terhadap user outcomes lebih banyak disalurkan melalui psychological comfort dibandingkan melalui social capital (Gao et al., 2022). Selain itu, sejumlah penelitian menegaskan bahwa online social capital umumnya berhubungan dengan peningkatan well-being dan kesehatan mental, sehingga lebih berperan sebagai faktor protektif atau buffer daripada sebagai jalur utama penyaluran konsekuensi negatif dari risiko digital (Duan et al., 2025). Interpretasi ini juga diperkuat oleh karakteristik responden yang didominasi individu melek digital, termasuk 44,7% karyawan swasta, yang mengindikasikan adanya jejaring sosial online yang relatif kuat sehingga mampu meredam risiko tanpa menyalurkan dampak negatif terhadap well-being.

KESIMPULAN

Secara umum, penelitian ini menunjukkan bahwa peningkatan data vulnerability secara signifikan memperkuat privacy concerns, yang selanjutnya mendorong munculnya reactive maupun proactive privacy protection behaviours pada pengguna media sosial. Temuan ini juga menegaskan bahwa proactive privacy protection dan online social capital berpengaruh positif terhadap online well-being, sehingga pengelolaan privasi yang terencana serta keterhubungan sosial online yang kuat menjadi faktor penting dalam mendukung kehidupan digital yang lebih sehat. Di sisi lain, data vulnerability tidak terbukti menurunkan online social capital, reactive privacy protection tidak mengurangi online well-being, dan online social capital tidak memediasi pengaruh negatif data vulnerability terhadap online well-being. Hal ini mengindikasikan bahwa pengguna yang melek digital tetap mampu menjaga kesejahteraan psikologis dan sumber daya sosialnya meskipun merasa rentan terhadap risiko data.

Namun demikian, penelitian ini memiliki sejumlah keterbatasan. Pertama, penggunaan desain survei cross-sectional membatasi kemampuan penelitian dalam menjelaskan hubungan kausal jangka panjang antara data vulnerability, perilaku privasi, social capital, dan online well-being. Kedua, fokus pada konteks negara berkembang membuat generalisasi temuan ke negara maju perlu dilakukan secara hati-hati, mengingat adanya perbedaan infrastruktur digital, literasi digital, regulasi, dan kondisi sosial-ekonomi. Ketiga, seluruh variabel diukur melalui self-report, sehingga berpotensi menimbulkan common method bias, ketidakakuratan ingatan, dan kecenderungan social desirability, meskipun model pengukuran telah menunjukkan validitas dan reliabilitas yang memadai.

Berdasarkan keterbatasan tersebut, penelitian selanjutnya disarankan menggunakan pendekatan longitudinal atau eksperimental untuk menangkap hubungan yang lebih dinamis dan berpotensi kausal. Studi mendatang juga perlu dilakukan pada beragam konteks negara agar validitas eksternal semakin kuat. Selain itu, penggunaan self-report sebaiknya dikombinasikan dengan data perilaku atau data berbasis platform, seperti perubahan aktual pada privacy settings, system log, jejak digital, atau karakteristik struktural jejaring online, agar diperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai hubungan antara privasi, online social capital, dan well-being dalam lingkungan digital nyata.

DAFTAR PUSTAKA

Aji Mohammad Fadrian Nur, & Husna Leila Yusran. (2024). Peningkatan Faktor Stickiness Influencer Terhadap



Well-Being Konsumen Di Media Sosial. *Jurnal Ekonomi Trisakti*, 4(2), 919–928.

<https://doi.org/10.25105/v4i2.20928>

Ampong, G. O. A., Mensah, A., Adu, A. S. Y., Addae, J. A., Omoregie, O. K., & Ofori, K. S. (2018). Examining Self-Disclosure on Social Networking Sites: A Flow Theory and Privacy Perspective. *Behavioral Sciences (Basel, Switzerland)*, 8(6). <https://doi.org/10.3390/bs8060058>

Buchanan, T., Paine, C., Joinson, A. N., & Reips, U.-D. (2007). Development of measures of online privacy concern and protection for use on the Internet. *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, 58(2), 157–165. <https://doi.org/https://doi.org/10.1002/asi.20459>

Büchi, M. (2024). Digital well-being theory and research. *New Media and Society*, 26(1), 172–189. <https://doi.org/10.1177/14614448211056851>

Büchi, M., Festic, N., Just, N., & Latzer, M. (2018). This is a preprint version of: Büchi M, Festic N, Just N and Latzer M (forthcoming) Digital inequalities in online privacy protection: Effects of age, education, and gender. In: Hargittai E (ed) *Handbook of digital inequality*. Cheltenham, UK: Edward Elgar.

Burr, C., Taddeo, M., & Floridi, L. (2020). The Ethics of Digital Well-Being: A Thematic Review. *Science and Engineering Ethics*, 26(4), 2313–2343. <https://doi.org/10.1007/s11948-020-00175-8>

Chen, S., Ebrahimi, O. V., & Cheng, C. (2025). New Perspective on Digital Well-Being by Distinguishing Digital Competency From Dependency: Network Approach. *Journal of Medical Internet Research*, 27, e70483. <https://doi.org/10.2196/70483>

Choi, H., Park, J., & Jung, Y. (2018). The role of privacy fatigue in online privacy behavior. *Computers in Human Behavior*, 81, 42–51. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.chb.2017.12.001>

Chou, Hui-Lien, & Chou, Chien. (2021). How teens negotiate privacy on social media proactively and reactively. *New Media & Society*, 25(6), 1290–1312. <https://doi.org/10.1177/14614448211018797>

Daya, M., Siagian, Y. M., & Kurniawati, K. (2022). Influence Social Media Marketing Activities Against Brand Loyalty Directly or Through Consumer Satisfaction and Brand Equity on the Largest E-Commerce in Indonesia. *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 20(4), 865–877. <https://doi.org/10.21776/ub.jam.2022.020.04.09>

Dinev, T., McConnell, A. R., & Smith, H. J. (2015). Research Commentary—Informing Privacy Research Through Information Systems, Psychology, and Behavioral Economics: Thinking Outside the “APCO” Box. *Information Systems Research*, 26(4), 639–655. <https://doi.org/10.1287/isre.2015.0600>

Duan, N., Lu, H., & Lyu, H. (2025). Connection and happiness: an interactive study of social media, social capital, and the subjective well-being of international students. *Frontiers in Psychology*, 16(May), 1–12. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2025.1548663>

Duradoni, M., Colombini, G., Battistoni, V., Zagaglia, V., & Guazzini, A. (2025). Exploring the Role of Online Social Capital in Differentiating Technology Addiction Effect on Well-Being. *Human Behavior and Emerging Technologies*, 2025(1). <https://doi.org/10.1155/hbe2/6211572>

Ellison, N. B., Steinfield, C., & Lampe, C. (2007). The benefits of facebook “friends:” Social capital and college students’ use of online social network sites. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 12(4), 1143–1168. <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2007.00367.x>

Fakfare, Pipatpong, Manosuthi, Noppadol, Lee, Jin-Soo, Jin, Minkyung, Han, Heesup, & Kim, Jinkyung Jenny. (2024). Data vulnerability and privacy risk among hotel guests who share personal data. *Journal of Vacation Marketing*, 13567667241276212. <https://doi.org/10.1177/13567667241276212>

Gao, W., Wang, H., & Jiang, N. (2022). The Impact of Data Vulnerability in Online Health Communities: An Institutional Assurance Perspective. *Frontiers in Psychology*, 13(June 2022), 1–12. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.908309>

Gera, S., Cherian, T., Perumandla, S., & Bhattacharyya, S. S. (2025). Investigating the influence of digital literacy on digital well-being and the dynamics of online social capital and digital addiction. *International Journal of Sociology and Social Policy*. <https://doi.org/10.1108/IJSSP-02-2025-0099>



- 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>
- Hong, I.-P., & Bae, S.-M. (2023). The Relationship between Social Network Service Use Motives and Subjective Well-Being: The Mediating Effect of Online and Offline Social Capital. *Psychiatry Investigation*, 20(6), 493–503. <https://doi.org/10.30773/pi.2022.0008>
- Hu, H., Shi, L., & Xie, X. (2024). The Benefit-Cost Balance of Chinese Adults' Social Interaction Behaviors on Social Media: Social Capital, Privacy Concerns and Attachment Anxiety. *SAGE Open*, 14(4), 1–15.
<https://doi.org/10.1177/21582440241300826>
- Hughes-Roberts, T., & Kani-Zabihi, E. (2014). On-Line Privacy Behavior: Using User Interfaces for Salient Factors. *Journal of Computer and Communications*, 02(04), 220–231.
<https://doi.org/10.4236/jcc.2014.24029>
- Jiang, Z. (Jack), Heng, C. S., & Choi, B. C. F. (2013). Research Note—Privacy Concerns and Privacy-Protective Behavior in Synchronous Online Social Interactions. *Information Systems Research*, 24(3), 579–595.
<https://doi.org/10.1287/isre.1120.0441>
- Jr, J. F. H., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E., Black, W. C., & Anderson, R. E. (2018). Multivariate Data Analysis. <https://doi.org/10.1002/9781119409137.ch4>
- Kim, Y., Kim, S. H., Peterson, R. A., & Choi, J. (2023). Privacy concern and its consequences: A meta-analysis. *Technological Forecasting and Social Change*, 196, 122789.
<https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.techfore.2023.122789>
- Kocabas, H., Nandy, S., Tamanna, T., & Al-Ameen, M. N. (2021). Understanding User's Behavior and Protection Strategy upon Losing, or Identifying Unauthorized Access to Online Account BT - HCI for Cybersecurity, Privacy and Trust (A. Moallem, ed.). Cham: Springer International Publishing.
- Liu, Yizhou, Ghaiumy Anaraky, Reza, Aly, Heba, & Byrne, Kaileigh. (2023). The Effect of Privacy Fatigue on Privacy Decision-Making Behavior. *Proceedings of the Human Factors and Ergonomics Society Annual Meeting*, 67(1), 2428–2433. <https://doi.org/10.1177/21695067231193670>
- Liu, T., Li, W., & Jia, X. (2023). Consumer data vulnerability, peer privacy concerns and continued usage intention of sharing accommodation platforms: the moderating roles of perceived benefits. *Information Technology and People*, 36(6), 2234–2258. <https://doi.org/10.1108/ITP-05-2021-0365>
- Martin, Kelly D, Borah, Abhishek, & Palmatier, Robert W. (2017). Data Privacy: Effects on Customer and Firm Performance. *Journal of Marketing*, 81(1), 36–58. <https://doi.org/10.1509/jm.15.0497>
- Martin, K. D., & Murphy, P. E. (2017). The role of data privacy in marketing. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 45(2), 135–155. <https://doi.org/10.1007/s11747-016-0495-4>
- Meier, Y., & Krämer, N. C. (2024). A longitudinal examination of Internet users' privacy protection behaviors in relation to their perceived collective value of privacy and individual privacy concerns. *New Media and Society*, 26(10), 5942–5961. <https://doi.org/10.1177/14614448221142799>
- MILNE, G. R., ROHM, A. J., & BAHL, S. (2004). Consumers' Protection of Online Privacy and Identity. *Journal of Consumer Affairs*, 38(2), 217–232. <https://doi.org/https://doi.org/10.1111/j.1745-6606.2004.tb00865.x>
- Mohamed, N., & Ahmad, I. H. (2012). Information privacy concerns, antecedents and privacy measure use in social networking sites: Evidence from Malaysia. *Comput. Hum. Behav.*, 28, 2366–2375. Retrieved from <https://api.semanticscholar.org/CorpusID:43560473>
- Phua, J., Jin, S. V., & Kim, J. (Jay). (2017). Uses and gratifications of social networking sites for bridging and bonding social capital. *Comput. Hum. Behav.*, 72(C), 115–122.
<https://doi.org/10.1016/j.chb.2017.02.041>
- Quach, S., Dang, S., Thaichon, P., Le, D., & Le, T. H. H. (2025). Data vulnerability: does privacy protection behaviour improve digital well-being? *European Journal of Marketing*, 59(13), 207–239.



<https://doi.org/10.1108/EJM-12-2022-0953>

- Rodríguez-Priego, N., Porcu, L., Prados Peña, M. B., & Crespo Almendros, E. (2023). Perceived customer care and privacy protection behavior: The mediating role of trust in self-disclosure. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 72, 103284. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2023.103284>
- Roffarello, A. M., & De Russis, L. (2023). Achieving Digital Wellbeing Through Digital Self-control Tools: A Systematic Review and Meta-analysis. *ACM Transactions on Computer-Human Interaction*, 30(4). <https://doi.org/10.1145/3571810>
- Sheehan, K. B. (1999). An investigation of gender differences in on-line privacy concerns and resultant behaviors. *Journal of Interactive Marketing*, 13, 24–38. Retrieved from <https://api.semanticscholar.org/CorpusID:167719079>
- Smith, H. J., Dinev, T., & Xu, H. (2011). Information Privacy Research: an Interdisciplinary Review1. *Management Information Systems Quarterly*, 35(4), 989-A27. <https://doi.org/10.2307/41409970>
- Steinfeld, C., Ellison, N. B., & Lampe, C. (2008). Social capital, self-esteem, and use of online social network sites: A longitudinal analysis. *Journal of Applied Developmental Psychology*, 29(6), 434–445. <https://doi.org/10.1016/j.appdev.2008.07.002>
- Tzortzaki, E., Kitsiou, A., Sideri, M., & Gritzalis, S. (2016). Self-disclosure, Privacy concerns and Social Capital benefits interaction in FB: A case study. *Proceedings of the 20th Pan-Hellenic Conference on Informatics*. New York, NY, USA: Association for Computing Machinery. <https://doi.org/10.1145/3003733.3003781>
- Valenzuela, S., Park, N., & Kee, K. F. (2009). Is There social capital in a social network site?: Facebook use and college student's life satisfaction, trust, and participation1. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 14(4), 875–901. <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2009.01474.x>
- Vanden Abeele, M. M. P. (2021). Digital Wellbeing as a Dynamic Construct. *Communication Theory*, 31(4), 932–955. <https://doi.org/10.1093/ct/qtaa024>
- Wang, F., & Wang, X. (2025). The effect of social grooming via live photo-sharing on well-being: the mediating role of social capital and moderating role of the need for privacy. *Frontiers in Psychology*, 16(July). <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2025.1627455>
- Wang, W., Wu, Q., Li, D., & Tian, X. (2025). An exploration of the influencing factors of privacy fatigue among mobile social media users from the configuration perspective. *Scientific Reports*, 15(1), 1–13. <https://doi.org/10.1038/s41598-024-84646-z>
- Wu, B., Luo, P., Li, M., & Hu, X. (2022). The Impact of Health Information Privacy Concerns on Engagement and Payment Behaviors in Online Health Communities. *Frontiers in Psychology*, 13(April), 1–14. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.861903>
- Wu, M.-S. (2023). The effects of facebook use on network social capital and subjective well-being: A generational cohort analysis from the Taiwan social change survey. *Heliyon*, 9(4), e14969. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2023.e14969>
- Youn, S. (2009). Determinants of Online Privacy Concern and Its Influence on Privacy Protection Behaviors among Young Adolescents. *Journal of Consumer Affairs*, 43(3), 389–418. <https://doi.org/10.1111/j.1745-6606.2009.01146.x>