

Peran mediasi *collective self-esteem* dalam meningkatkan kompetensi media sosial melalui kewarganegaraan digital di kalangan mahasiswa

The mediating role of collective self-esteem in enhancing social media competence through digital citizenship among college students

Fadhil Maliky Islah*

Fakultas Psikologi, Universitas Gadjah Mada, Jl. Sosio Humaniora Bulaksumur Yogyakarta

Avin Fadilla Helmi

Fakultas Psikologi, Universitas Gadjah Mada, Jl. Sosio Humaniora Bulaksumur Yogyakarta

E-mail: maliky.fadhil@gmail.com

Abstract

College students face challenges in developing social media competencies that support their participation in digital citizenship. This study aimed to analyze the relationship between digital citizenship and social media competency mediated by collective self-esteem among college students ($N = 736$). The web-based study was used to collect data by convenience sampling and three measurement instruments, the digital citizenship scale ($\alpha = 0.90$) to measure digital citizenship, the social media competence scale for college students ($\alpha = 0.92$) to measure social media competence, and the collective self-esteem scale ($\alpha = 0.94$) to measure collective self-esteem. The data were analyzed using Hayes mediation analysis with 5,000 percentile bootstrap samples and a 95% confidence interval. The results of the mediation test through jamovi (Version 2.3.2) showed that collective self-esteem played a role in mediating the relationship between digital citizenship and social media competence. However, the role of collective self-esteem as a mediator is not perfect because of its small effect. The findings prove that evaluating the student's national identity is indirectly a form of attitude toward maintaining a positive group (state) to control relational activities and citizenship by adopting social media. The findings emphasize the importance of strengthening college students' collective identity to support more positive and responsible use of social media within the context of digital citizenship.

Keywords: collective self-esteem; college students; digital citizenship; social media competency

Abstrak

Mahasiswa menghadapi tantangan dalam mengembangkan kompetensi media sosial yang mendukung partisipasi kewarganegaraan digital. Studi ini bertujuan menganalisis kaitan digital citizenship terhadap social media competency yang dimediasi *collective self-esteem* di kalangan mahasiswa ($N = 736$). Studi berbasis website digunakan untuk mengumpulkan data dengan convenience sampling dan tiga instrumen pengukuran, yakni digital citizenship scale ($\alpha = 0,90$) untuk mengukur digital citizenship; social media competence scale for college students ($\alpha = 0,92$) untuk mengukur social media competence; dan collective self-esteem scale ($\alpha = 0,94$) untuk mengukur collective self-esteem. Data dianalisis menggunakan analisis mediasi Hayes dengan 5.000 sampel bootstrap persentil dengan confidence interval 95%. Hasil uji mediasi melalui jamovi (Version 2.3.2) menunjukkan bahwa *collective self-esteem* berperan memediasi kaitan digital citizenship terhadap social media competence. Namun, peran *collective self-esteem* sebagai mediator berfungsi tidak sempurna akibat perannya yang kecil. Temuan membuktikan bahwa evaluasi identitas kebangsaan mahasiswa secara tidak langsung menjadi bentuk sikap menjaga kepositifan kelompok (negara) untuk mengontrol aktivitas relasi dan kewarganegaraan mengadopsi media sosial. Temuan ini menunjukkan pentingnya memperkuat identitas kolektif mahasiswa untuk mendukung penggunaan media sosial yang lebih positif dan bertanggung jawab dalam konteks kewarganegaraan digital.

Kata kunci: collective self esteem; digital citizenship; social media competency; mahasiswa

Copyright © 2025. Fadhil Maliky Islah & Avin Fadilla Helmi

Received:2024-08-06

Revised:2024-11-08

Accepted:2025-02-06



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

Pendahuluan

Media sosial mulai memberdayakan manusia secara aktif terlibat dalam kehidupan sipil dengan konsep kewarganegaraan tradisional (Banaji & Buckingham, 2013; Blevins dkk., 2014). Integrasi *Information Technology* (IT) ke dalam kehidupan sosial masyarakat berkontribusi pada praktik *Digital Citizenship* (DC). Akses online mengarahkan orang untuk terlibat dalam aktivitas DC, seperti ekonomi dan politik (Mossberger, dkk., 2012). Individu mulai membentuk aktivitas dan peran hidupnya sebagai bagian dari masyarakat digital (Meyers, dkk., 2013). Meskipun konsep tradisional kewarganegaraan berpusat pada konteks tempat, namun konsep DC yang kohesif lebih sadar secara global, kritis, dan peduli dengan partisipasi berorientasi tujuan di luar batas tradisional (Choi, dkk., 2017).

Mahasiswa sebagai bagian masyarakat merupakan *digital citizen* sekaligus pengguna terbesar internet dan teknologi komunikasi digital jika dibandingkan dengan populasi umum (Marino, dkk., 2019; Myers, 2021; We are Social, 2022). Mereka terlibat dalam aktivitas politik dan sipil di internet, misalnya, *The Arab Uprisings*, *Indignados*, *Occupy Wall Street*, *#MeToo* dan *#BlackLivesMatter* (Carragee, 2019; Castells, 2015; Garza, 2014). Sejak kemunculannya, aktivisme digital pemuda menjadi lebih terlihat di sekolah menengah dan universitas; muncul dari aktivisme akar rumput; memberdayakan diri dan komunitas melawan penindasan lintas sektoral; dan menyatukan pemuda kulit hitam, perempuan, berpenghasilan rendah, dan LGBTQ (Conner, 2020).

Namun dalam praktiknya, mahasiswa dipandang belum berpengalaman secara emosional dan intelektual, sehingga cenderung terlibat dalam kejahatan internet sebagai pelaku dan korban (Zhong, dkk., 2021). Penelitian menemukan sekitar 20% mahasiswa melaporkan pernah menjadi korban *cyberbullying*, sementara 15% mengaku pernah menjadi pelaku (Hinduja & Patchin, 2010). Dalam kasus keamanan data menemukan bahwa 25% mahasiswa melaporkan pernah menjadi korban pencurian data digital, dan 40% mengaku terlibat dalam pembajakan digital (Reyns & Henson, 2016). Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa kurang dalam *Social Media Competency* (SMC) yang layak (Benson, dkk., 2014; Benson & Filippaios, 2015; Moreno, dkk., 2015; Novakovich, dkk., 2017). Mereka mudah terkena spam, kecanduan internet, dan kejahatan internet (VanFossen & Berson, 2008). Selain itu dalam bidang akademik, 45% mahasiswa (Ahn, 2011) dan 62% mahasiswa (Chen & Bryer, 2012) merasa kurang tahu dan terampil dalam memanfaatkan media sosial untuk pembelajaran. Belum lagi terhadap risiko umum yang sering terjadi pada mahasiswa, seperti terpapar bahasa seksual dan tidak senonoh (D'Antona, dkk., 2010; Perkins, dkk., 2014); konten dewasa dan aktivitas penipuan (Kahn & Liñares-Zegarra, 2016); perundungan (Watts, dkk., 2017; Zhong, dkk., 2021); penyalahgunaan data pribadi (Hallam & Zanella, 2017; O'Connor, dkk., 2016); tindakan pembajakan dan plagiarisme digital (Lysonski & Durvasula, 2008).

Risiko yang ditunjukkan menaruh potensi dan perhatian terhadap mahasiswa untuk bisa menerapkan rasa identitas dalam mengontrol aktivitasnya di internet. Meskipun hal ini bergantung pada tingkat *Collective Self Esteem* (CSE) mereka dalam mengevaluasi kelompok sosial secara positif (Crocker & Luhtanen, 1990). Mahasiswa yang condong ke



identitas sosialnya dan memiliki tingkat identitas yang tinggi akan menjaga kepositifan kelompoknya (Luhtanen & Crocker, 1992; Tajfel & Turner, 1986; Turner, 1999). Upaya menjaga kepositifan kelompok ditandai dengan menjadi representasi internalisasi norma kelompok (Breckler & Greenwald, 1986; Triandis, 2001). Aktivitas sipil mahasiswa di media sosial ikut merepresentasikan *social identity* mereka, mengacu pada konsep diri individu sebagai bagian dari kelompok sosial tertentu (Hogg & Reid, 2006). Teori ini menjelaskan bagaimana orang menggambarkan dan mengklasifikasikan diri mereka dalam berbagai identitas sosial (Hoffner & Rehkoff, 2011; Tajfel & Turner, 1986) dan pemahaman bertindak berdasar pada keanggotaan kelompok (Hornsey, 2008; Tajfel, dkk., 1979). *Digital citizen* memperoleh perasaan identitas sosial yang didefinisikan sebagai sejauh mana merasa terikat erat dengan kelompok dan sejauh mana mengevaluasi kelompok sosial secara positif (Crocker & Luhtanen, 1990; Tajfel & Turner, 1986).

Berdasarkan serangkaian penjelasan sebelumnya, kami merasa bahwa konsep DC dan SMC masih baru dan belum cukup digali di kalangan mahasiswa Indonesia. Meskipun penelitian sebelumnya telah menunjukkan kaitan DC dan SMC (Xu, dkk., 2019), namun konstruk teori, wilayah dan instrumen alat ukur yang digunakan berbeda dengan yang terapkan dalam penelitian ini. Bahkan DC telah dikaitkan dengan konsep yang serupa, seperti DC dan *Digital Literacy* (Buchholz, dkk., 2020; Milenkova & Lendzhova, 2021); DC dan *Media Literacy* (Sarwatay, dkk., 2021; von Gillern, dkk., 2022); DC dan *Information Literacy* (Coklar & Tatli, 2020; Thomas, 2018); DC dan *Critical Literacy* (Amgott, 2018), tapi secara tidak khusus berfokus pada media sosial. Studi sebelumnya juga berbeda dalam sudut pandang konsep DC yang terbatas pada ranah pendidikan dan netiket dengan menjadikan guru K-12 dan siswa sebagai partisipan penelitian (Blevins, dkk., 2014; Hollandsworth, dkk., 2011; Jones & Mitchell, 2016; M. Ribble, 2012; M. S. Ribble, dkk., 2004). Mereka melupakan esensi dari peran luas kewarganegaraan dalam praktik sipil, politik dan sosial secara digital bagi kaum muda (Gao & Lee, 2017; Herrera, 2012; Kara, 2018; Simsek & Simsek, 2013; Theocharis, dkk., 2017; Theocharis & Van Deth, 2018; von Gillern, dkk., 2022; Vromen, dkk., 2015; Zheng, 2017).

Selain itu, penelitian sebelumnya belum pernah menguji efek mediasi CSE dalam kaitan DC terhadap SMC. Meskipun secara terpisah peran CSE dalam mempengaruhi adopsi media sosial telah diselidiki sebelumnya dalam konteks budaya (Al Omoush dkk., 2012; Dutton & Reisdorf, 2019; Gong, dkk., 2014). Secara bersinergi laporan riset terdahulu menemukan bahwa pengguna media sosial bisa mengembangkan identitas sosialnya melalui interaksi di media sosial (Barker, 2009; Davis, 2012). Hal ini disebabkan karena media sosial berperan dalam membentuk bagaimana individu mengalami, mengekspresikan, dan mengembangkan identitas sosialnya (Latif, dkk., 2021; Pegg, dkk., 2018).

Mahasiswa sebagai mayoritas pengadopsi media sosial mengambil peran sebagai *digital citizen*, meskipun etika dan keterampilan mereka dalam menggunakan media digital sering kali diragukan. Namun, identitas mereka sebagai bagian dari bangsa Indonesia diharapkan mampu menjadi faktor pengendali dalam aktivitas mereka di dunia digital.

Berdasarkan hal tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kaitan antara *Digital Citizenship* (DC) dan *Social Media Competency* (SMC) yang dimediasi oleh *Collective Self-Esteem* (CSE) di kalangan mahasiswa. Hipotesis utama penelitian ini menyatakan bahwa CSE akan memediasi kaitan DC terhadap SMC, di mana mahasiswa dengan tingkat *digital citizenship* yang lebih tinggi diperkirakan akan menunjukkan kompetensi media sosial yang lebih baik, terutama jika mereka memiliki evaluasi positif terhadap identitas kelompoknya. Peran CSE sebagai mediator diharapkan dapat menjelaskan bagaimana identitas kolektif mahasiswa berkontribusi dalam mendorong penggunaan media sosial yang lebih positif dan bertanggung jawab, serta memperkuat kompetensi mereka sebagai pengguna media sosial dalam konteks kewarganegaraan digital.

Metode

Partisipan

Partisipan merupakan mahasiswa berkebangsaan Indonesia dan berkuliah di salah satu kampus di Indonesia. Kriteria usia partisipan direntang 18-24 tahun dan setidaknya aktif menggunakan satu jenis media sosial. Partisipasi partisipan bersifat anonim, sukarela, dan direkrut secara *convenience sampling* melalui surel dan *whatsapp*.

Prosedur

Prosedur survei berbasis web diterapkan dalam penelitian ini. Studi ini telah disetujui oleh Komite Etik Fakultas Psikologi Universitas Gadjah Mada ([Nomor: 2787/UN1/FPSi.1.3/SD/PT.01.04/2022](#)). Survei membutuhkan waktu 15-25 menit untuk diselesaikan. Survei disebarikan dalam bahasa Indonesia, sehingga instrumen yang berbahasa Inggris diadaptasi ke bahasa melalui prosedur *back-translation* (Brislin, 1970).

Proses penerjemahan dilakukan oleh empat penerjemah yang dibagi menjadi dua pasangan (T-1 dan T-2) dan (BT-1 dan BT-2). Para penerjemah merupakan penutur asli bahasa Indonesia yang terqualifikasi memiliki kemampuan bahasa Inggris ditunjukkan dengan skor IELTS > 6. Setiap pasangan penerjemah memiliki latar belakang pendidikan sastra Inggris dan psikologi. Pasangan (T-1 dan T-2) menerjemahkan instrumen alat ukur dari versi asli ke dalam bahasa Indonesia. Kemudian pasangan (BT-1 dan BT-2) menerjemahkan kembali ke dalam bahasa Indonesia. Hasil terjemahan kembali selanjutnya dibandingkan dengan instrumen versi aslinya. Hasil perbandingan menunjukkan dua versi yang identik, artinya versi target berada pada posisi setara dengan versi asli.

Selanjutnya Instrumen pengukuran *Social Media Competency for College Students* dan *Digital Citizenship* telah melalui proses validasi yang ketat untuk memastikan keandalannya. Validitas isi dari instrumen ini diuji melalui penilaian oleh panel ahli yang terdiri dari akademisi di bidang psikologi dan komunikasi digital, memastikan bahwa setiap item dalam instrumen mencakup aspek-aspek penting yang relevan dengan kompetensi media sosial dan kewarganegaraan digital. Proses ini menjamin bahwa instrumen mencakup seluruh dimensi yang diperlukan untuk menilai keterampilan dan pengetahuan mahasiswa secara komprehensif. Selain itu, validitas konstruk diuji menggunakan analisis faktor



konfirmasi (CFA) untuk memastikan bahwa struktur faktor dari instrumen tersebut sesuai dengan teori yang mendasarinya. Hasil analisis menunjukkan bahwa semua item memiliki loading faktor yang signifikan, dengan nilai $CFI \geq 0,9$, $RMSEA \leq 0,07$ Cronbach's $\alpha \geq 0,7$, menunjukkan konsistensi internal yang kuat dan struktur yang valid untuk mengukur konstruk yang dimaksud.

Instrumen Penelitian

Keandalan dari tiga instrumen alat ukur (SMC, DC, dan CSE) diterjemahkan dan yang telah diadaptasi sebelumnya diuji menggunakan indikator *cronbach alpha* (α) dengan standar nilai di atas ambang batas 0,70 (Cronbach, 1970). Demografi dan adopsi media sosial partisipan (misalnya, gender, usia, tingkat pendidikan, wilayah, durasi penggunaan media sosial harian, dan frekuensi mengunjungi media sosial harian) ditampilkan sebelum ketiga instrumen alat ukur diisi. Penggunaannya didasarkan atas dua alasan, yakni ketiga instrumen tidak meminta informasi demografi dan kriteria sampel sebagai pengguna media sosial.

Social Media Competency diukur menggunakan adaptasi skala Likert lima poin (0 = Sangat Tidak Setuju, 4 = Sangat Setuju) dari *Social Media Competence Scale for College Students* (SMC-CS) ($\alpha = 0,92$; $M = 2,65$; $SD = 0,72$) (Zhu dkk., 2020). Instrumen ini menilai kompetensi kesiapan dan kepantasan dalam menggunakan media sosial bagi individu dalam status pendidikan tinggi (Zhu dkk., 2020). Skala terdiri 28 aitem dari empat aspek yaitu *Technical Usability* (TU) lima aitem ($\alpha = 0,77$; $M = 2,62$; $SD = 0,75$), misalnya “saya dapat mengoperasikan alat dasar media sosial”; *Content Interpretation* (CI) tujuh aitem ($\alpha = 0,84$; $M = 2,76$; $SD = 0,70$), misalnya “saya dapat mengenal konten yang tidak pantas di media sosial”; *Content Generation* (CG) tujuh aitem ($\alpha = 0,84$; $M = 2,48$; $SD = 0,70$), misalnya “saya dapat merancang dan menyampaikan konten media sosial yang mencerminkan pemikiran kritis terhadap hal tertentu”; dan *Anticipatory Reflection* (AR) sembilan aitem ($\alpha = 0,85$; $M = 2,74$; $SD = 0,76$), misalnya “saya akan mempertimbangkan konsekuensi yang mungkin terjadi sebelum menggunakan media sosial untuk menulis sesuatu.”

Digital Citizenship diukur menggunakan adaptasi skala Likert lima poin (0 = Sangat Tidak Setuju, 4 = Sangat Setuju) dari *Digital Citizenship Scale* (DCS) ($\alpha = 0,90$; $M = 2,51$; $SD = 0,75$) (Choi dkk., 2017). DCS mengukur kemampuan individu, persepsi, dan tingkat partisipasi dalam komunitas yang berorientasi pada tujuan dan berbasis Internet pada kondisi kompleksitas yang berbeda (Choi dkk., 2017). DCS terdiri 26 aitem dan digunakan pertama kali pada partisipan dewasa awal dengan lima aspek, yakni *Internet Political Activism* (IPA) sembilan aitem ($\alpha = 0,87$; $M = 2,03$; $SD = 0,80$), misalnya “saya menandatangani petisi tentang masalah sosial, budaya, politik, atau ekonomi secara online”; *Technical Skills* (TS) enam aitem ($\alpha = 0,90$; $M = 3,01$; $SD = 0,76$), misalnya “saya dapat menggunakan Internet untuk mencari informasi yang saya butuhkan”; *Local/Global Awareness* (LGA) dua aitem ($\alpha = 0,82$; $M = 2,78$; $SD = 0,74$), misalnya “saya lebih sadar akan isu global melalui penggunaan Internet”; *Critical Perspective* (CP) tujuh aitem ($\alpha = 0,84$; $M = 2,35$; $SD = 0,70$), misalnya “saya menggunakan Internet untuk berpartisipasi dalam

gerakan/perubahan sosial atau protes”; dan *Networking Agency* (NA) empat aitem ($\alpha = 0,70$; $M = 2,38$; $SD = 0,77$), misalnya “saya memposting pesan, audio, gambar, atau video asli untuk mengekspresikan perasaan/pikiran/ide/pendapat saya di Internet.”

Collective Self-Esteem diukur melalui *Collective Self-Esteem Scale* (CSES) (Luhtanen & Crocker, 1992) untuk Bangsa Indonesia (Suwartono & Moningka, 2017) ($\alpha = 0,94$; $M = 2,92$; $SD = 0,75$). Pengukuran ini menilai evaluasi diri menjadi bagian bangsa Indonesia, mencerminkan penilaian yang dirasakan tentang seberapa berharganya seseorang dalam kelompok sosial dan betapa pentingnya keanggotaan bagi identitas dan konsep diri seseorang (Luhtanen & Crocker, 1992; Suwartono & Moningka, 2017). CSES terdiri dari 16 aitem terkait keanggotaan individu dari kategori sosial tertentu didasarkan pada skala Likert lima poin (0 = Sangat Tidak Setuju, 4 = Sangat Setuju). CSES terdiri dari empat aspek, yakni *Membership* (Me) ($\alpha = 0,81$; $M = 2,83$; $SD = 0,74$), misalnya “saya merasa berharga menjadi bagian dari bangsa Indonesia”; *Private* (Pr) ($\alpha = 0,94$; $M = 3,18$; $SD = 0,75$), misalnya “menjadi bagian dari bangsa Indonesia adalah sesuatu yang berharga”; *Public* (Pu) ($\alpha = 0,85$; $M = 2,80$; $SD = 0,78$), misalnya “bangsa saya dihargai oleh orang atau bangsa lain”; dan *Identity* (Id) ($\alpha = 0,91$; $M = 2,87$; $SD = 0,74$), misalnya “saya dapat merasakan manfaat dengan menjadi bagian dari bangsa Indonesia.”

Analisis Data

Data yang terkumpul dianalisis menggunakan jamovi ([Version 2.3.2](#)) for windows. Analisis data dimulai dengan analisis deskriptif demografi yang dikaitkan dengan skor ketiga instrumen alat ukur. Sebelum melakukan uji mediasi, peneliti melakukan path analysis dengan menggunakan regresi linear pada setiap jalur mediasi variabel untuk mengevaluasi hubungan langsung dan tidak langsung di antara variabel *Digital Citizenship* (DC), *Social Media Competency* (SMC), dan *Collective Self-Esteem* (CSE). *Path analysis* ini bertujuan untuk memahami kontribusi spesifik dari setiap jalur dan untuk membandingkan hasilnya dengan uji mediasi akhir, terutama dalam hal nilai *R square* dan koefisien *beta*, sehingga diperoleh gambaran yang lebih lengkap tentang kekuatan dan arah hubungan antar-variabel. Setelah analisis jalur dilakukan, uji mediasi utama dilakukan untuk menguji hipotesis peran CSE sebagai mediator dalam kaitan DC terhadap SMC, menggunakan analisis mediasi dengan 5.000 sampel *bootstrap* persentil dengan confidence interval 95% (Hayes, 2017).

Hasil

Partisipan awal berjumlah 749, namun sembilan menolak menyetujui lembar persetujuan dan empat tanggapan survei dikeluarkan. Pola tanggapan dari empat partisipan tersebut menunjukkan kemungkinan ketidakakuratan (misalnya semua item dijawab dengan menggunakan seleksi yang paling ekstrim). Partisipan akhir berjumlah 736, rata-rata usia 20.22 tahun ($N = 227$; 30,8%) dengan 460 perempuan (63%). Partisipan didominasi oleh mahasiswa S1 ($N = 716$; 97,3%), sedangkan sisanya terdaftar sebagai D3 dan S2. Lebih dari setengah mahasiswa ($N = 483$; 65,6%) berasal dari Sulawesi dan sebagian



besar berasal dari Universitas Muhammadiyah Makassar (N = 451; 61,3%). Kami menampilkan perbedaan skor total ketiga instrumen berdasarkan demografi yang disajikan di Tabel 1.

Tabel 1
Demografi

Demografi	N (%)	M			SD		
		SMC	DC	CSE	SMC	DC	CSE
Gender							
Laki-laki	276 (37,5)	72,6	63,1	47,1	12,8	11,6	9,85
Perempuan	460 (62,5)	71,3	61,3	46,6	10,6	10,3	8,42
Usia							
18-20 tahun	469 (63,7)	71	61,7	46,8	11,4	11,1	8,7
21-24 tahun	267 (36,3)	72,7	62,3	46,4	11,4	11,1	9,2
Pendidikan sementara							
D3	14 (1,9)	70,2	63,8	44,9	18,9	15,8	11,1
S1	716 (97,3)	71,8	61,9	46,8	11,3	10,8	8,93
S2	6 (0,8)	79,7	68	51,7	5,47	10,7	9,75
Wilayah							
Sulawesi	483 (65,6)	72,6	61,2	44,9	9,8	9,1	6,3
Sumatera	143 (19,4)	72,3	58	47,8	8,8	6,7	8,7
Jawa	32 (4,3)	73,2	65,1	45,4	10,5	8,7	9,7
Kalimantan	29 (3,9)	76	67,4	47	12,9	12,1	9
Papua	21 (2,9)	75,7	70,3	50,9	7,8	13,7	7,4
Maluku	17 (2,3)	73,9	63,1	46,1	10,4	11,5	9,34
Nusa Tenggara	11 (1,5)	75,3	68,1	53,3	12,6	14,8	8,38

M: Mean, SD: Standard Deviation

Distribusi data pada Tabel 2 menunjukkan keseluruhan partisipan dalam penelitian ini memiliki skor SMC, DC, dan CSE berada pada taraf sedang dan tinggi. Kesiapan dan kepantasan mahasiswa menggunakan media sosial hampir seimbang untuk sedang (N = 342; 46,5%) dan tinggi (N = 394; 53,5%). Berbeda dengan pengalaman partisipasi kewarganegaraan mahasiswa yang didominasi pada taraf sedang (N = 566; 76,9%) dibanding tinggi (N = 170; 23,1%), sedangkan identifikasi dan evaluasi diri mahasiswa terhadap bangsa Indonesia sebaliknya didominasi pada taraf tinggi (N = 519; 70,5%) dibanding sedang (N = 217; 29,5%).

Tabel 2
Deskripsi Statistik dan Kategorisasi Data

Variabel	M	SD	Kategori	Kriteria	N (%)
SMC	71,8	11,4	Rendah	$X < 36$	—
			Sedang	$36 \leq X < 72$	342 (46,5)
			Tinggi	$72 \leq X$	394 (53,5)
DC	62	10,9	Rendah	$X < 34,7$	—
			Sedang	$34,7 \leq X < 69,3$	566 (76,9)
			Tinggi	$69,3 \leq X$	170 (23,1)
CSE	46,8	8,98	Rendah	$X < 21,4$	—
			Sedang	$21,4 \leq X < 42,6$	217 (29,5)
			Tinggi	$42,6 \leq X$	519 (70,5)

M: Mean, SD: Standard Deviation

Data adopsi media sosial pada Tabel 3 menunjukkan bahwa durasi penggunaan media sosial hampir tersebar merata untuk penggunaan diatas dua jam yang melebihi 10% pengguna. Frekuensi mengunjungi media sosial harian didominasi hampir setengah partisipan pada pilihan 5-20 kali (N = 358; 48,6%).

Tabel 3

Adopsi Media Sosial

Adopsi Media Sosial	N (%)	M			SD		
		SMC	DC	CSE	SMC	DC	CSE
Durasi media sosial harian							
Dibawah 2 jam	45 (6,1)	71,8	61,8	45,4	12	12,1	10,4
2-4 jam	156 (21,2)	71,4	61,3	47,4	10,9	9,61	8,68
4-6 jam	191 (26)	71,8	61,3	47,1	11,7	10,8	8,84
6-8 jam	145 (19,7)	72,8	62,4	47,3	11,5	10,6	8,47
8-10 jam	94 (12,8)	69,8	61,1	45	11,5	11,3	9,01
Diatas 10 jam	100 (13,6)	74,4	65,8	44,8	11,3	12,1	9,41
Tidak menentukan	5 (0,7)	69,8	59	49,6	14	8,94	14,8
Frekuensi kunjungan media sosial harian							
Dibawah 5 kali	79 (10,7)	68,7	61	46,5	11,4	11,2	10,1
5-20 kali	358 (48,6)	72,1	61,8	47,2	11,1	10,7	8,56
20-35 kali	145 (19,7)	70,6	61,3	46	11,2	10,5	8,73
35-50 kali	81 (11)	74,2	63,8	46,4	11,7	11,4	9,16
Diatas 50 kali	65 (8,8)	74	63,5	47,1	12,2	11,6	9,8
Tidak menentukan	8 (1,1)	69,4	59,1	45,9	10,9	10,9	12,2

M: Mean, SD: Standard Deviation

Kemudian untuk uji mediasi diawali dengan melakukan analisis regresi tiap jalur. Pada jalur langsung, analisis regresi mengungkapkan peran positif yang signifikan DC terhadap SMC ($R^2 = 0,37$; $p < 0,001$). Kemudian pada kedua jalur mediasi yang dihipotesiskan juga menunjukkan hasil positif yang signifikan, DC terhadap CSE ($R^2 = 0,229$; $p < 0,001$) dan CSE terhadap SMC ($R^2 = 0,258$; $p < 0,001$). Perbandingan peran variabel dalam setiap jalur menunjukkan bahwa jalur langsung DC memiliki nilai sumbangan efektif terbesar dibandingkan kedua jalur mediasi. Lihat Tabel 3 untuk semua koefisien setiap jalur.

Kemudian hasil uji mediasi menunjukkan bahwa secara langsung DC memberi peran positif signifikan terhadap SMC ($\beta = 0,498$; CI = 0,425 – 0,563; $p < 0,001$) dengan efek mediasi jalur CSE ($\beta = 0,142$; CI = 0,102 – 0,188; $p < 0,001$) dan efek total ke SMC ($\beta = 0,64$; CI = 0,581 – 0,698; $p < 0,001$) (lihat Bagan 1 dan Tabel 4). Hasil pengujian mediasi menunjukkan dukungan terhadap hipotesis penelitian bahwa CSE berperan memediasi kaitan DC terhadap SMC pada mahasiswa. Namun, signifikansi pada jalur c' dan c menjelaskan peran CSE sebagai mediator berfungsi tidak sempurna dengan nilai perannya yang kecil.

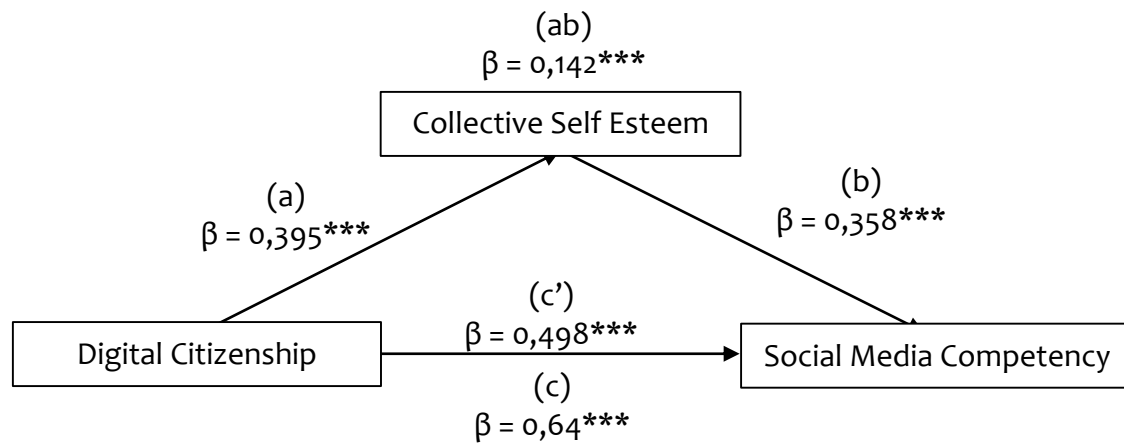


Tabel 4
Hasil Uji Tiap Jalur

Model	Label	Effect	β	R ²	95% CI		P
					Lower	Upper	
DC → CSE	a	-	0,395	0,229	0,346	0,449	< ,001
CSE → SMC	b	-	0,358	0,258	0,271	0,457	< ,001
	ab	Indirect	0,142	-	0,102	0,188	< ,001
DC → SMC	c'	Direct	0,498	0,37	0,425	0,563	< ,001
	c	Total	0,64	-	0,581	0,698	< ,001

CI: Confidence Interval

Gambar 1
Model Mediasi CSE dalam Kaitan DC terhadap SM



* $p < ,05$, *** $p < ,001$.

Pembahasan

Studi ini bertujuan menganalisis kaitan DC terhadap SMC dimediasi CSE di kalangan mahasiswa Indonesia. Secara khusus, kami menyelidiki kepatuhan dan keterikatan mahasiswa Indonesia melalui identifikasi diri sebagai bangsa yang berinteraksi secara global (Arnett, 2002). Hasil pengujian mediasi menunjukkan dukungan terhadap hipotesis penelitian bahwa CSE pada mahasiswa Indonesia berperan memediasi kaitan DC terhadap SMC (Crocker & Luhtanen, 1990). Namun, peran CSE sebagai mediator berfungsi tidak sempurna akibat perannya yang kecil. Evaluasi identitas kebangsaan mahasiswa memediasi bentuk sikap menjaga kepositifan kelompok (negara) untuk mengendalikan aktivitas relasi dan kewarganegaraan mengadopsi media sosial (Kim & Kim, 2017; Tajfel, dkk., 1979). Aktivitas aktif di media sosial membantu mahasiswa meningkatkan keterlibatan sosial dan kesensitifan diri untuk sadar dalam berbagai isu yang terjadi di sekitarnya (Ellison dkk., 2007).

Penelitian ini berkontribusi dengan menunjukkan peran mediasi identitas kolektif dalam hubungan antara kewarganegaraan digital dan kompetensi media sosial, yang belum banyak dibahas dalam penelitian sebelumnya (Crocker & Luhtanen, 1990; Xu, dkk.,

2019). Berbeda dengan studi terdahulu yang lebih menitikberatkan pada keterkaitan kewarganegaraan digital dengan literasi digital, literasi media, atau partisipasi politik secara umum, penelitian ini menyoroti bagaimana evaluasi positif terhadap identitas kelompok dapat memengaruhi perilaku individu dalam mengadopsi media sosial secara lebih bertanggung jawab (Al Omoush, dkk., 2012; Milenkova & Lendzhova, 2021). Selain itu, penelitian ini menggunakan instrumen yang telah diadaptasi untuk konteks budaya Indonesia, sehingga memberikan perspektif unik dibandingkan dengan penelitian lain yang mayoritas dilakukan di negara maju dengan konteks sosial dan budaya yang berbeda.

Ketika mahasiswa berbagi pengalaman dan pandangan melalui media sosial, mereka secara tidak langsung dapat meningkatkan rasa identifikasi diri dalam kelompok kebangsaan. Para ahli telah mengusulkan bahwa individu cenderung mencari informasi dan pengalaman yang menegaskan identitas sosial mereka yang sudah ada sebelumnya — sebuah fenomena yang dikenal sebagai kepuasan identitas sosial (Barker, 2012; Harwood, 1999). Bagi kaum muda, ada peluang dan biaya terkait dengan penggunaan media sosial terutama dalam hal kemampuan mereka untuk membangun dan mempertahankan citra diri terhadap identitas sosial yang positif.

Artikel ini berkontribusi membawa individu ke dalam kesadaran baru terkait pembuktian DC, SMC, dan CSE sebagai sisi teoretis dan terapan dari masyarakat global. Warga digital perlu menyadari masalah politik, sosial, budaya, ekonomi, dan pendidikan yang berasal dari penggunaan teknologi digital yang meluas (Ohler, 2011; M. S. Ribble, dkk., 2004) sebagai hak dan kemampuan untuk berpartisipasi dalam masyarakat online (Mossberger, dkk., 2007). Media sosial dalam DC dianggap sebagai sarana untuk mendalami praktik mahasiswa dalam peran nasional mereka dengan komitmen terhadap aturan, prinsip, etika, mewujudkan tugas, hak, sesuai dengan undang-undang dan peraturan perundang-undangan. Kehadiran DC juga ikut membawa tanggung jawab kepada para pengguna media sosial agar dapat berperilaku seperti yang diharapkan bahwa membagikan postingan negatif dianggap kurang pantas (Waterloo, dkk., 2018; Ziegele & Reinecke, 2017).

Penelitian ini menemukan bahwa mahasiswa merupakan pengguna media sosial aktif dengan durasi aktivitas mereka lebih lama dibandingkan populasi kelompok umur yang lain (We are Social, 2022). Durasi harian di atas dua jam menunjukkan bahwa mahasiswa memiliki pengalaman, sehingga tidak butuh waktu lama dalam adaptasi mengadopsi media sosial. Mereka lahir sebagai *digital native* yang tumbuh di lingkungan nirkabel, *hyper-networked* yang lebih memilih komunikasi melalui internet (Holton & Fraser, 2015), akrab dengan teknologi digital (Hur & Gupta, 2013; Vromen, dkk., 2015) dan paham mengenai cara kerja media sosial (Martínez-Alemán, 2014). Media sosial dinilai sukses di kalangan anak muda sebagai ruang publisitas sosial, penerimaan secara luas, dan mengekspresikan identitas mereka sebagai anak muda (Boyd, 2008, 2014). Peneliti mengaitkannya dengan kekuatan bagi kaum muda dalam membuat peluang menciptakan lingkungan terbuka dan demokratis bagi sipil (Banaji & Buckingham, 2013; Buckingham, 2008; Buckingham & Kehily, 2014).



Keterlibatan mahasiswa di media sosial sebagai *digital native* dan *digital citizen* memang wajar terjadi (Prensky, 2001). Mereka merupakan pengguna media sosial aktif dengan durasi adopsi lebih lama dibandingkan populasi kelompok umur yang lain. Sesuai penelitian sebelumnya, mahasiswa tingkat bawah (yaitu, mahasiswa baru dan mahasiswa tingkat dua) cenderung menggunakan media sosial lebih sering daripada mahasiswa senior, terutama untuk tetap terhubung dengan orang lain (Pempek dkk., 2009; Yang & Brown, 2013). Sedangkan mahasiswa pascasarjana menggunakan internet untuk mencari artikel ilmiah dan prosiding konferensi (Sheeja, 2010).

Usia dan adopsi tinggi mahasiswa terhadap media sosial dalam aktivitas sipil *online* membuat mereka bisa cepat beradaptasi dan mahir menggunakannya. Penelitian kami menemukan bahwa mahasiswa berada pada tingkat SMC yang memadai. Individu dengan tingkat SMC yang lebih tinggi terlihat memiliki kesadaran etika informasi yang tinggi (Molok, dkk., 2014). Keterlibatan mahasiswa sebagai *digital citizen* menunjukkan kepatutannya menggunakan media sosial menunjukkan bahwa keterampilan teknologi dinilai penting untuk mengadopsi teknologi (Vannatta, 2006). Seperti yang ditemukan Georgina dan Hosford (2009) bahwa hubungan antara literasi teknologi dan praktik adopsi saling menguntungkan secara signifikan.

Namun mahasiswa belum terlibat aktif dalam praktik DC. Mereka paling mungkin terlibat dalam partisipasi politik ringan di media sosial (seperti menjadi sukarelawan komunitas masyarakat atau berpartisipasi dalam protes) — biasa disebut *slacktivism* (Zhang dkk., 2010). Memang pada dasarnya pengguna yang lebih muda cenderung menggunakan media sosial terutama untuk tujuan nonpolitik (Blank, 2013; Hoffmann, dkk., 2015; Van Deursen & Van Dijk, 2014). Berdasarkan penelitian sebelumnya mahasiswa tidak mengikuti kegiatan politik online sebagai alasan perasaan ketidaknyamanan, takut mempengaruhi kehidupan masa depan, dan tekanan dari masyarakat (Kara, 2018). Tapi, temuan kami menemukan bahwa mahasiswa laki-laki lebih aktif secara politik daripada perempuan di internet (Bode, 2017; Wahyuningsih, 2018, 2021). Hasil ini juga mengonfirmasi bahwa pengetahuan tentang informasi dan cara menerapkan hanya menjamin penggunaan dasar media sosial (Kouri, dkk., 2017), tidak mutlak berarti mampu membuat konten atau pesan online (Moon & Bai, 2020).

Kaitannya dengan CSE, mahasiswa belum selalu berada dalam situasi dan kondisi cenderung mengembangkan identitas aktivis dalam komunitas yang dicirikan oleh rasa saling percaya dan kepercayaan bersama pada perjuangan kolektif mengatasi masalah pribadi dan komunitas (Fullam, 2017). Secara luas mahasiswa masih mengidentifikasi dirinya secara positif terhadap bangsa Indonesia dan belum terlibat dalam komunitas akar rumput dalam praktik DC. Harré (2007) menunjukkan bahwa dalam komunitas seperti itu, hubungan yang saling bergantung dan solidaritas sipil terkait dengan keyakinan tentang mempromosikan integritas budaya, kelangsungan hidup komunal, pertumbuhan spiritual, dan perubahan politik di bawah kondisi yang menindas. Tanggung jawab sosial dan lembaga relasional merupakan pendukung bagi aktivisme mahasiswa, karena mereka

menanamkan makna dan tujuan ke dalam kerja aktivis dan memungkinkan pemuda untuk merasa bahwa partisipasinya bermanfaat.

Meskipun aktivitas sipil online belum mendorong mahasiswa terlibat dalam komunitas masyarakat, tapi penelitian ini menunjukkan bahwa CSE berperan mengontrol kepantasan mahasiswa mengadopsi media sosial. Penekanan peran identifikasi sosial dalam membentuk sikap dan perilaku telah mengilhami eksplorasi dampak budaya pada adopsi ICT (Barzilai-Nahon & Barzilai, 2005; Zakaria, dkk., 2003) dan perbedaan budaya dalam penggunaan ICT (Hargittai & Walejko, 2008; Kayan dkk., 2006). Budaya dapat mempengaruhi perilaku aktual melalui pengaruhnya terhadap sikap dan norma subjektif yang mendorong atau menghambat penggunaan ICT (Erumban & De Jong, 2006). Beberapa penelitian telah menyelidiki hubungan antara nilai budaya dan penggunaan media sosial (Cardon, dkk., 2009; Gong, dkk., 2014). Sebagai contoh, Al Omoush, dkk. (2012) menemukan bahwa meskipun anak muda Arab menggunakan media sosial untuk membebaskan diri dari beberapa pembatasan dalam hidup mereka, sikap mereka masih dipengaruhi oleh nilai budaya bangsa Arab.

Rasa identitas terhadap bangsa yang tangguh hanya dapat dibangun jika orang terlibat secara mendalam dan berkomitmen terhadapnya. Gagasan penting dari *Social Identity Theory* (SIT) adalah bahwa individu termotivasi untuk mempertahankan *self-esteem group* pada tingkat yang tinggi (Crocker & Luhtanen, 1990; Tajfel & Turner, 1986). Memiliki identitas dan mengalami rasa menjadi anggota kelompok terbukti memiliki asosiasi dengan sikap dan berpengaruh dalam membimbing perilaku individu (Stets & Biga, 2003; Tajfel & Turner, 1986). Ketika identitas sosial tinggi, maka individu akan lebih baik mengikuti norma kelompok dan melakukan perilaku yang konsisten atas menjaga citra kelompok (Cheung dkk., 2011; Riley & Burke, 1995).

Batasan

Penelitian ini tidak lepas dari batasan, instrumen alat ukur SMC dan DC belum ada dalam konteks Indonesia, sehingga harus diadaptasi terlebih dahulu untuk mengurangi potensi bias. Kemudian penelitian kami adalah studi kuantitatif pada sampel Indonesia dengan sebaran data yang tidak representatif dan mencakup satu titik waktu, sehingga generalisasi hasil tidak tepat dilakukan tanpa replikasi. Partisipan penelitian saat ini juga terhadap mahasiswa (sampel nonrepresentatif) mencegah penilaian yang cermat terhadap prediktor rentang pendidikan, usia dan sosial ekonomi.

Kesimpulan

Hasil pengujian mediasi menunjukkan dukungan terhadap hipotesis penelitian bahwa CSE pada mahasiswa Indonesia berperan memediasi kaitan DC terhadap SMC. Namun, peran CSE sebagai mediator berfungsi tidak sempurna akibat perannya yang kecil. Evaluasi identitas kebangsaan mahasiswa memediasi bentuk sikap menjaga kepositifan kelompok (negara) untuk mengendalikan aktivitas relasi dan kewarganegaraan mengadopsi media sosial. Mahasiswa mungkin tidak berpartisipasi secara luas dalam DC,



namun mereka memiliki tingkat SMC dan CSE yang baik. Mahasiswa diharapkan mengambil peran aktor sipil dan agen relasional dalam memberi andil pada opini publik yang diterjemahkan ke dalam suara, protes, tekanan pada kelompok kekuasaan dan sejenisnya di ruang digital.

Penelitian lanjutan diperlukan pada sampel yang lebih luas dan heterogen untuk hasil yang representatif. Penelitian masa depan dapat direplikasi dalam pengaturan dan pendekatan studi komparatif dari negara yang berbeda (maju dan berkembang) dan menghubungkannya dengan persepsi citra nasional mereka. Terkait instrumen alat ukur, kami menyarankan bagi peneliti lain untuk melakukan konstruksi alat ukur SMC dan DC dalam konteks Indonesia. Kami juga menyarankan kepada peneliti selanjutnya untuk bisa mengangkat tema aktivisme di media sosial. Literatur tentang aktivisme digital di media sosial relatif baru dan belum berkembang seperti penelitian tentang perkembangan identitas aktivis pemuda.

Referensi

- Ahn, J. (2011). The effect of social network sites on adolescents' social and academic development: Current theories and controversies. *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, 62(8), 1435–1445. <https://doi.org/10.1002/asi.21540>
- Al Omoush, K. S., Yaseen, S. G., & Alma'Aitah, M. A. (2012). The impact of Arab cultural values on online social networking: The case of Facebook. *Computers in Human Behavior*, 28(6), 2387–2399. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2012.07.010>
- Amgott, N. (2018). Critical Literacy in# DigitalActivism: Collaborative Choice and Action. *International Journal of Information and Learning Technology*, 35(5), 329–341. <https://doi.org/10.1108/IJILT-05-2018-0060>
- Arnett, J. J. (2002). The psychology of globalization. *American Psychologist*, 57(10), 774–783. <https://doi.org/10.1037/0003-066X.57.10.774>
- Banaji, S., & Buckingham, D. (2013). *The civic web: Young people, the internet, and civic participation*. MIT Press.
- Barker, V. (2009). Older adolescents' motivations for social network site use: The influence of gender, group identity, and collective self-esteem. *Cyberpsychology & Behavior*, 12(2), 209–213. <https://doi.org/10.1089/cpb.2008.0228>
- Barker, V. (2012). A generational comparison of social networking site use: The influence of age and social identity. *The International Journal of Aging and Human Development*, 74(2), 163–187. <https://doi.org/10.2190/AG.74.2.d>
- Barzilai-Nahon, K., & Barzilai, G. (2005). Cultured technology: The Internet and religious fundamentalism. *The Information Society*, 21(1), 25–40. <https://doi.org/10.1080/01972240590895892>
- Benson, V., & Filippaios, F. (2015). Collaborative competencies in professional social networking: Are students short changed by curriculum in business education? *Computers in Human Behavior*, 51, 1331–1339. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2014.11.031>

- Benson, V., Morgan, S., & Filippaios, F. (2014). Social career management: Social media and employability skills gap. *Computers in Human Behavior*, 30, 519–525. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2013.06.015>
- Blank, G. (2013). Who creates content? Stratification and content creation on the Internet. *Information, Communication & Society*, 16(4), 590–612. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2013.777758>
- Blevins, B., LeCompte, K., & Wells, S. (2014). Citizenship education goes digital. *The Journal of Social Studies Research*, 38(1), 33–44. <https://doi.org/10.1016/j.jssr.2013.12.003>
- Bode, L. (2017). Closing the gap: Gender parity in political engagement on social media. *Information, Communication & Society*, 20(4), 587–603. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2016.1202302>
- Boyd, D. (2008). Why youth (heart) social network sites: The role of networked publics in teenage social life. *Youth, Identity, and Digital Media*, 119–142. <https://doi.org/10.1162/dmal.9780262524834.119>
- Boyd, D. (2014). *It's complicated: The social lives of networked teens*. Yale University Press.
- Breckler, S. J., & Greenwald, A. G. (1986). Motivational facets of the self. In R. M. Sorrentino & E. T. Higgins (Eds.), *Handbook of motivation and cognition: Foundations of social behavior* (pp. 145–164). Guilford Press.
- Brislin, R. W. (1970). Back-translation for cross-cultural research. *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 1(3), 185–216. <https://doi.org/10.1177/135910457000100301>
- Buchholz, B. A., DeHart, J., & Moorman, G. (2020). Digital citizenship during a global pandemic: Moving beyond digital literacy. *Journal of Adolescent & Adult Literacy*, 64(1), 11–17.
- Buckingham, D. (2008). Beyond technology. Rethinking learning in the age of digital culture. In J. A. Pettersen (Ed.), *Youth media democracy: Perceptions of new literacies*. (pp. 37–43).
- Buckingham, D., & Kehily, M. J. (2014). Introduction: Rethinking youth cultures in the age of global media. In D. Buckingham, S. Bragg, & M. J. Kehily (Eds.), *Youth cultures in the age of global media. Studies in childhood and youth* (pp. 1–18). Springer. https://doi.org/10.1057/9781137008152_1
- Cardon, P. W., Marshall, B., Choi, J., El-Shinnaway, M. M., North, M., Svensson, L., Wang, S., Norris, D. T., Cui, L., & Goreva, N. (2009). Online and offline social ties of social network website users: An exploratory study in eleven societies. *Journal of Computer Information Systems*, 50(1), 54–64. <https://doi.org/10.1080/08874417.2009.11645362>
- Carragee, K. M. (2019). Communication, activism and the news media: An agenda for future research. *Information, Communication & Society*, 32(4), 361–378. <https://doi.org/10.15581/003.32.4.361-378>
- Castells, M. (2015). *Networks of outrage and hope: Social movements in the internet age*. John Wiley & Sons.
- Chen, B., & Bryer, T. (2012). Investigating instructional strategies for using social media in formal and informal learning. *International Review of Research in Open and Distributed*



- Learning, 13(1), 87–104. <https://doi.org/10.19173/irrodl.v13i1.1027>
- Cheung, C. M. K., Chiu, P. Y., & Lee, M. K. O. (2011). Online social networks: Why do students use facebook? *Computers in Human Behavior*, 27(4), 1337–1343. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2010.07.028>
- Choi, M., Glassman, M., & Cristol, D. (2017). What it means to be a citizen in the internet age: Development of a reliable and valid digital citizenship scale. *Computers & Education*, 107, 100–112. <https://doi.org/10.1016/j.compedu.2017.01.002>
- Coklar, A. N., & Tatli, A. (2020). Evaluation of digital citizenship levels of teachers in the context of information literacy and internet and computer use self-efficacy. *Asian Journal of Contemporary Education*, 4(2), 80–90.
- Conner, J. O. (2020). *The new student activists: The rise of neoactivism on college campuses*. John Hopkins University Press.
- Crocker, J., & Luhtanen, R. (1990). Collective self-esteem and ingroup bias. *Journal of Personality and Social Psychology*, 58(1), 60–67. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.58.1.60>
- Cronbach, L. J. (1970). *Essentials of psychological testing*. Harper & brothers. <http://hdl.handle.net/123456789/12853>
- D’Antona, R., Kevorkian, M., & Russom, A. (2010). Sexting, texting, cyberbullying and keeping youth safe online. *Journal of Social Sciences*, 6(4), 523–528.
- Davis, K. (2012). Tensions of identity in a networked era: Young people’s perspectives on the risks and rewards of online self-expression. *New Media & Society*, 14(4), 634–651. <https://doi.org/10.1177/1461444811422430>
- Dutton, W. H., & Reisdorf, B. C. (2019). Cultural divides and digital inequalities: attitudes shaping Internet and social media divides. *Information, Communication & Society*, 22(1), 18–38. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2017.1353640>
- 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>
- Erumban, A. A., & De Jong, S. B. (2006). Cross-country differences in ICT adoption: A consequence of Culture? *Journal of World Business*, 41(4), 302–314. <https://doi.org/10.1016/j.jwb.2006.08.005>
- Fullam, J. (2017). Becoming a youth activist in the internet age: a case study on social media activism and identity development. *International Journal of Qualitative Studies in Education*, 30(4), 406–422. <https://doi.org/10.1080/09518398.2016.1250176>
- Gao, X., & Lee, J. (2017). E-government services and social media adoption: Experience of small local governments in Nebraska state. *Government Information Quarterly*, 34(4), 627–634. <https://doi.org/10.1016/j.giq.2017.09.005>
- Garza, A. (2014). A herstory of the# BlackLivesMatter movement. In J. Hobson (Ed.), *Are all the women still white?: Rethinking race, expanding feminisms* (pp. 23–28). State University of New York Press.

- Georgina, D. A., & Hosford, C. C. (2009). Higher education faculty perceptions on technology integration and training. *Teaching and Teacher Education*, 25(5), 690–696. <https://doi.org/10.1016/j.tate.2008.11.004>
- Gong, W., Stump, R. L., & Li, Z. G. (2014). Global use and access of social networking web sites: a national culture perspective. *Journal of Research in Interactive Marketing*, 8(1), 37–55. <https://doi.org/10.1108/JRIM-09-2013-0064>
- Hallam, C., & Zanella, G. (2017). Online self-disclosure: The privacy paradox explained as a temporally discounted balance between concerns and rewards. *Computers in Human Behavior*, 68, 217–227. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.11.033>
- Hargittai, E., & Walejko, G. (2008). The participation divide: Content creation and sharing in the digital age. *Information, Community and Society*, 11(2), 239–256. <https://doi.org/10.1080/13691180801946150>
- Harré, N. (2007). Community service or activism as an identity project for youth. *Journal of Community Psychology*, 35(6), 711–724. <https://doi.org/10.1002/jcop.20174>
- Harwood, J. (1999). Age identification, social identity gratifications, and television viewing. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 43(1), 123–136. <https://doi.org/10.1080/08838159909364479>
- Herrera, L. (2012). Youth and citizenship in the digital age: A view from Egypt. *Harvard Educational Review*, 82(3), 333. <https://doi.org/10.17763/haer.82.3.88267r117u710300>
- Hinduja, S., & Patchin, J. W. (2010). Bullying, cyberbullying, and suicide. *Archives of Suicide Research*, 14(3), 206–221. <https://doi.org/10.1080/13811118.2010.494133>
- Hoffmann, C. P., Lutz, C., & Meckel, M. (2015). Content creation on the Internet: A social cognitive perspective on the participation divide. *Information, Communication & Society*, 18(6), 696–716. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2014.991343>
- Hoffner, C., & Rehkoff, R. A. (2011). Young voters' responses to the 2004 US presidential election: Social identity, perceived media influence, and behavioral outcomes. *Journal of Communication*, 61(4), 732–757. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2011.01565.x>
- Hogg, M. A., & Reid, S. A. (2006). Social identity, self-categorization, and the communication of group norms. *Communication Theory*, 16(1), 7–30. <https://doi.org/10.1111/j.1468-2885.2006.00003.x>
- Hollandsworth, R., Dowdy, L., & Donovan, J. (2011). Digital citizenship in K-12: It takes a village. *TechTrends*, 55(4), 37–47. <https://doi.org/10.1007/s11528-011-0510-z>
- Holton, T., & Fraser, B. (2015). Generation Z and Technology. In *Defence Research and Development Canada* (pp. 1–34).
- Hornsey, M. J. (2008). Social identity theory and self-categorization theory: A historical review. *Social and Personality Psychology Compass*, 2(1), 204–222. <https://doi.org/10.1111/j.1751-9004.2007.00066.x>
- Hur, J. L., & Gupta, M. (2013). Growing up in the web of social networking: Adolescent development and social media. *Adolescent Psychiatry*, 3(3), 233–244. <https://doi.org/10.2174/2210676611303030004>
- Jones, L. M., & Mitchell, K. J. (2016). Defining and measuring youth digital citizenship. *New*



- Media & Society*, 18(9), 2063–2079. <https://doi.org/10.1177/1461444815577797>
- Kahn, C. M., & Liñares-Zegarra, J. M. (2016). Identity theft and consumer payment choice: Does security really matter? *Journal of Financial Services Research*, 50(1), 121–159. <https://doi.org/10.1007/s10693-015-0218-x>
- Kara, N. (2018). Understanding university students' thoughts and practices about digital citizenship: A mixed methods study. *Journal of Educational Technology & Society*, 21(1), 172–185.
- Kayan, S., Fussell, S. R., & Setlock, L. D. (2006). Cultural differences in the use of instant messaging in Asia and North America. *Proceedings of the 2006 20th Anniversary Conference on Computer Supported Cooperative Work*, 525–528. <https://doi.org/10.1145/1180875.1180956>
- Kim, B., & Kim, Y. (2017). College students' social media use and communication network heterogeneity: Implications for social capital and subjective well-being. *Computers in Human Behavior*, 73, 620–628. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2017.03.033>
- Kouri, P., Rissanen, M. L., Weber, P., & Park, H. A. (2017). Competences in social media use in the area of health and healthcare. *Proceedings of the Nursing Informatics Post Conference 2016*, 232, 183–193.
- Latif, K., Weng, Q., Pitafi, A. H., Ali, A., Siddiqui, A. W., Malik, M. Y., & Latif, Z. (2021). Social comparison as a double-edged sword on social media: The role of envy type and online social identity. *Telematics and Informatics*, 56, 101470. <https://doi.org/10.1016/j.tele.2020.101470>
- Luhtanen, R., & Crocker, J. (1992). A collective self-esteem scale: Self-evaluation of one's social identity. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 18(3), 302–318. <https://doi.org/10.1177/0146167292183006>
- Lysonski, S., & Durvasula, S. (2008). Digital piracy of MP3s: consumer and ethical predispositions. *Journal of Consumer Marketing*, 25(3), 167–178. <https://doi.org/10.1108/07363760810870662>
- Marino, O., Gutierrez, J. A., & Aguirre, S. (2019). From digital citizen to digital professional. *Kybernetes: The International Journal of Systems & Cybernetics*, 48(7), 1463–1477. <https://doi.org/10.1108/K-07-2018-0390>
- Martínez-Alemán, A. M. (2014). Social media go to college. *Change: The Magazine of Higher Learning*, 46(1), 13–20. <https://doi.org/10.1080/00091383.2014.867203>
- Meyers, E. M., Erickson, I., & Small, R. V. (2013). Digital literacy and informal learning environments: An introduction. *Learning, Media and Technology*, 38(4), 355–367. <https://doi.org/10.1080/17439884.2013.783597>
- Milenkova, V., & Lendzhova, V. (2021). Digital citizenship and digital literacy in the conditions of social crisis. *Computers*, 10(4), 40.
- Molok, N. N. A., Ali, A. M., Talib, S., & Mahmud, M. (2014). Information security awareness through the use of social media. *The 5th International Conference on Information and Communication Technology for The Muslim World (ICT4M)*, 1–6. <https://doi.org/10.1109/ICT4M.2014.7020668>

- Moon, S. J., & Bai, S. Y. (2020). Components of digital literacy as predictors of youth civic engagement and the role of social media news attention: the case of Korea. *Journal of Children and Media*, 14(4), 458–474. <https://doi.org/10.1080/17482798.2020.1728700>
- Moreno, Á., Navarro, C., Tench, R., & Zerfass, A. (2015). Does social media usage matter? An analysis of online practices and digital media perceptions of communication practitioners in Europe. *Public Relations Review*, 41(2), 242–253. <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2014.12.006>
- Mossberger, K., Tolbert, C. J., & Hamilton, A. (2012). Broadband adoption| measuring digital citizenship: Mobile access and broadband. *International Journal of Communication*, 6, 2492–2528.
- Mossberger, K., Tolbert, C. J., & McNeal, R. S. (2007). *Digital citizenship: The Internet, society, and participation*. MIT press.
- Myers, J. P. (2021). Creating the digital citizen: students' co-construction of meaning for global citizenship during online discussions. *Asian Education and Development Studies*. <https://doi.org/10.1108/AEDS-09-2020-0218>
- Novakovich, J., Miah, S., & Shaw, S. (2017). Designing curriculum to shape professional social media skills and identity in virtual communities of practice. *Computers & Education*, 104, 65–90. <https://doi.org/10.1016/j.compedu.2016.11.002>
- O'Connor, K. W., Schmidt, G. B., & Drouin, M. (2016). Suspended because of social media? Students' knowledge and opinions of university social media policies and practices. *Computers in Human Behavior*, 65, 619–626. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.06.001>
- Ohler, J. (2011). Digital citizenship means character education for the digital age. *Kappa Delta Pi Record*, 47(sup1), 25–27. <https://doi.org/10.1080/00228958.2011.10516720>
- Pegg, K. J., O'Donnell, A. W., Lala, G., & Barber, B. L. (2018). The role of online social identity in the relationship between alcohol-related content on social networking sites and adolescent alcohol use. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 21(1), 50–55. <https://doi.org/10.1089/cyber.2016.0665>
- Pempek, T. A., Yermolayeva, Y. A., & Calvert, S. L. (2009). College students' social networking experiences on Facebook. *Journal of Applied Developmental Psychology*, 30(3), 227–238. <https://doi.org/10.1016/j.appdev.2008.12.010>
- Perkins, A. B., Becker, J. V., Tehee, M., & Mackelprang, E. (2014). Sexting behaviors among college students: Cause for concern? *International Journal of Sexual Health*, 26(2), 79–92. <https://doi.org/10.1080/19317611.2013.841792>
- Prensky, M. (2001). Digital natives, digital immigrants part 2: Do they really think differently? *On The Horizon*, 9(6), 1–6. <https://doi.org/10.1108/10748120110424843>
- Reyns, B. W., & Henson, B. (2016). The thief with a thousand faces and the victim with none: Identifying determinants for online identity theft victimization with routine activity theory. *International Journal of Offender Therapy and Comparative Criminology*, 60(10), 1119–1139. <https://doi.org/10.1177/0306624X15572861>
- Ribble, M. (2012). Digital citizenship for educational change. *Kappa Delta Pi Record*, 48(4), 148–151. <https://doi.org/10.1080/00228958.2012.734015>



- Ribble, M. S., Bailey, G. D., & Ross, T. W. (2004). Digital citizenship: Addressing appropriate technology behavior. *Learning & Leading with Technology*, 32(1), 6–9.
- Riley, A., & Burke, P. J. (1995). Identities and self-verification in the small group. *Social Psychology Quarterly*, 58(2), 61–73. <https://doi.org/10.2307/2787146>
- Sarwatay, D., Raman, U., & Ramasubramanian, S. (2021). Media literacy, social connectedness, and digital citizenship in India: Mapping stakeholders on how parents and young people navigate a social world. *Frontiers in Human Dynamics*, 3, 601239.
- Sheeja, N. K. (2010). Science vs social science: A study of information-seeking behavior and user perceptions of academic researchers. *Library Review*, 59(7), 522–531. <https://doi.org/10.1108/00242531011065118>
- Simsek, E., & Simsek, A. (2013). New literacies for digital citizenship. *Contemporary Educational Technology*, 4(2), 126–137.
- Stets, J. E., & Biga, C. F. (2003). Bringing identity theory into environmental sociology. *Sociological Theory*, 21(4), 398–423. <https://doi.org/10.1046/j.1467-9558.2003.00196.x>
- Suwartono, C., & Moningka, C. (2017). Pengujian validitas dan reliabilitas skala identitas sosial. *Humanitas: Jurnal Psikologi Indonesia*, 14(2), 176–188. <https://doi.org/10.26555/humanitas.v14i2.6967>
- Tajfel, H., & Turner, J. C. (1986). The social identity theory of intergroup behavior. In W. S & A. W G (Eds.), *Psychology of Intergroup Relation* (pp. 7–24). Hall Publishers.
- Tajfel, H., Turner, J. C., Austin, W. G., & Worchel, S. (1979). An integrative theory of intergroup conflict. In M. Jo Hatch & M. Schultz (Eds.), *Organizational identity: A reader* (pp. 56–65). Oxford University Press.
- Theocharis, Y., & Van Deth, J. W. (2018). The continuous expansion of citizen participation: a new taxonomy. *European Political Science Review*, 10(1), 139–163. <https://doi.org/10.1017/S1755773916000230>
- Theocharis, Y., Vitoratou, S., & Sajuria, J. (2017). Civil society in times of crisis: understanding collective action dynamics in digitally-enabled volunteer networks. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 22(5), 248–265. <https://doi.org/10.1111/jcc4.12194>
- Thomas, S. N. (2018). Promoting digital citizenship in first-year students: Framing information literacy as a tool to help peers. *College & Undergraduate Libraries*, 25(1), 52–64.
- Triandis, H. C. (2001). Individualism and Collectivism: Past, Present, and Future. In D. Matsumoto (Ed.), *The handbook of culture and psychology* (pp. 25–50). Oxford University Press.
- Turner, J. C. (1999). Some current issues in research on social identity and self-categorization theories. *Social Identity: Context, Commitment, Content*, 3(1), 6–34.
- Van Deursen, A. J. A. M., & Van Dijk, J. A. G. M. (2014). The digital divide shifts to differences in usage. *New Media & Society*, 16(3), 507–526. <https://doi.org/10.1177/1461444813487959>
- VanFossen, P. J., & Berson, M. J. (2008). Social studies special issue: Civic literacy in a digital

-
- age. *Contemporary Issues in Technology and Teacher Education*, 8(2), 122–124.
- Vannatta, R. (2006). The intrepid explorer: A model of effective technology use for all educators. *Society for Information Technology & Teacher Education International Conference*, 1849–1855. <https://www.learntechlib.org/primary/p/22335/>.
- von Gillern, S., Gleason, B., & Hutchison, A. (2022). Digital citizenship, media literacy, and the ACTS Framework. *The Reading Teacher*.
- Vromen, A., Xenos, M. A., & Loader, B. (2015). Young people, social media and connective action: From organisational maintenance to everyday political talk. *Journal of Youth Studies*, 18(1), 80–100. <https://doi.org/10.1080/13676261.2014.933198>
- Wahyuningsih, S. (2018). Men and women differences in using language: A case study of students at STAIN Kudus. *EduLite: Journal of English Education, Literature and Culture*, 3(1), 79–90. <https://doi.org/10.30659/e.3.1.79-90>
- Wahyuningsih, S. (2021). Reviewing Hate Speech in Indonesian Social Media Content: Gender and Discourse Perspectives. *ELT-Lectura*, 8(1), 48–55. <https://doi.org/10.31849/elt-lectura.v8i1.5573>
- Waterloo, S. F., Baumgartner, S. E., Peter, J., & Valkenburg, P. M. (2018). Norms of online expressions of emotion: Comparing Facebook, Twitter, Instagram, and WhatsApp. *New Media & Society*, 20(5), 1813–1831. <https://doi.org/10.1177/1461444817707349>
- Watts, L. K., Wagner, J., Velasquez, B., & Behrens, P. I. (2017). Cyberbullying in higher education: A literature review. *Computers in Human Behavior*, 69, 268–274. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.12.038>
- We are Social. (2022). *Digital 2022: Another year of bumper growth*. <https://wearesocial.com/uk/blog/2022/01/digital-2022-another-year-of-bumper-growth-2/>
- Xu, S., Yang, H. H., MacLeod, J., & Zhu, S. (2019). Social media competence and digital citizenship among college students. *Convergence*, 25(4), 735–752. <https://doi.org/10.1177/1354856517751390>
- Yang, C., & Brown, B. B. (2013). Motives for using Facebook, patterns of Facebook activities, and late adolescents' social adjustment to college. *Journal of Youth and Adolescence*, 42(3), 403–416. <https://doi.org/10.1007/s10964-012-9836-x>
- Zakaria, N., Stanton, J. M., & Sarkar-Barney, S. T. M. (2003). Designing and implementing culturally-sensitive IT applications: The interaction of culture values and privacy issues in the Middle East. *Information Technology & People*, 16(1), 49–75. <https://doi.org/10.1108/09593840310463023>
- Zhang, W., Johnson, T. J., Seltzer, T., & Bichard, S. L. (2010). The revolution will be networked: The influence of social networking sites on political attitudes and behavior. *Social Science Computer Review*, 28(1), 75–92. <https://doi.org/10.1177/0894439309335162>
- Zheng, Y. (2017). Explaining citizens' E-participation usage: functionality of E-participation applications. *Administration & Society*, 49(3), 423–442. <https://doi.org/10.1177/0095399715593313>



- Zhong, J., Zheng, Y., Huang, X., Mo, D., Gong, J., Li, M., & Huang, J. (2021). Study of the influencing factors of cyberbullying among Chinese college students incorporated with digital citizenship: from the perspective of individual students. *Frontiers in Psychology*, 12, 576–592. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.621418>
- Zhu, S., Hao Yang, H., Xu, S., & MacLeod, J. (2020). Understanding social media competence in higher education: Development and validation of an instrument. *Journal of Educational Computing Research*, 57(8), 1935–1955. <https://doi.org/10.1177/0735633118820631>
- Ziegele, M., & Reinecke, L. (2017). No place for negative emotions? The effects of message valence, communication channel, and social distance on users' willingness to respond to SNS status updates. *Computers in Human Behavior*, 75, 704–713. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2017.06.016>