

Oversharing: Urgensi Privasi di Era Digital

Siti Alpiyah¹, Masduki Asbari², Indah Ayu Saputri³, Nur Rahma Adilya⁴

^{1,2}Universitas Insan Pembangunan Indonesia, Indonesia

³Universitas Tangerang Raya, Indonesia

⁴Universitas Terbuka Semarang, Indonesia

*Corresponding author email: sitialpiahhh20@gmail.com

Abstract – Tujuan dari studi ini adalah untuk mengetahui penyebab terjadinya *oversharing* dengan memviralkan relik-relik privasi demi mendapatkan atensi. Laporan studi ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan melakukan simak catat karena sumber data yang diperoleh dengan menyimak narasi lisan dari channel Youtube Satu Persen – Indonesian Life School yang berjudul “*Oversharing: Ngejual Privasi demi Atensi. Biar Apa? | Satu Insight Episode 17*” yang dipaparkan olehnya. Hasil studi ini menjelaskan bahwa dari pembelajaran tentang *oversharing* (berlebihan dalam berbagi informasi pribadi) dalam konteks menjual privasi demi mendapatkan perhatian adalah untuk memberikan pemahaman tentang potensi risiko dan konsekuensi dari perilaku tersebut. Pembelajaran tentang *oversharing* dan menjual privasi demi mendapatkan perhatian penting, terutama dalam dunia digital yang terus berkembang, di mana informasi pribadi dapat tersebar luas dengan cepat. Tujuannya adalah untuk membantu individu melindungi diri mereka sendiri dan mengambil tindakan yang lebih bijak dalam berbagi informasi pribadi secara *online*.

Kata Kunci: Dunia digital, konsekuensi, *oversharing*, tindakan.

Abstract - The purpose of this study is to find out the causes of oversharing by viralizing privacy details to get attention. This study report uses a descriptive qualitative method by doing simak catat because the source of data obtained by listening to oral narratives from the Youtube channel Satu Persen - Indonesian Life School entitled "Oversharing: Selling Privacy for Attention. One Insight Episode 17" presented by him. The results of this study explain that learning about oversharing in the context of selling privacy for attention is to provide an understanding of the potential risks and consequences of such behavior. Learning about oversharing and selling privacy for attention is important, especially in an ever-evolving digital world, where personal information can be disseminated quickly. The goal is to help individuals protect themselves and take wiser action in sharing personal information online.

Keywords: Actions, consequences, digital world, oversharing.

I. PENDAHULUAN

Media sosial merupakan wadah untuk bersosialisasi satu dengan yang lain, alasan awal sangat aktif memakai media umum artinya untuk mencari perhatian, meminta pendapat, dan menumbuhkan gambaran, tetapi seiring berjalan waktu akhirnya menjadi ketergantungan dan menjadi *oversharing*. Apabila ada seseorang tersebut sedang menghadapi masalah, baik ringan juga berat pada saat seperti ini, seseorang akan mencari dukungan sosial dari orang-orang di sekitarnya supaya mereka merasa dihargai, diperhatikan, serta dicintai. dalam hal ini orang yang merasa memperoleh dukungan sosial, secara emosional merasa aman karena diperhatikan, menerima saran atau kesan yg menyenangkan di dirinya (Dewi Bunga et al., 2022). namun, untuk orang yang tidak memperoleh dukungan sosial akan berusaha untuk mencari cara agar mendapatkan kepuasan dan perhatian dari lingkungan, dalam penelitian ini artinya dengan mencari perhatian pada media social yaitu *oversharing*.

Kemunculan media sosial sudah menghapus batasan dalam berinteraksi baik itu ruang, ketika, serta jeda sebagai akibatnya dalam mengakses media sosial bisa dilakukan oleh penggunaanya dengan simpel. Media sosial bukan hanya menghadirkan fitur komunikasi berupa saling mengirim pesan, panggilan suara, dan panggilan video

tetapi, beragam fitur yang tersedia yaitu fitur *live streaming*, mengunggah aneka macam foto dan video di halaman profil disertai beragam caption agar melengkapi, serta yang paling menarik ialah fitur *story* yang merupakan unggahan cerita yg mempunyai lama posting selama 24 jam, kemudian setelahnya unggahan tersebut akan terhapus dengan sendirinya. Kegiatan mengunggah menjadi sesuatu hal yang menarik dan menghibur saat berselancar di media sosial oleh penggunaannya. Beragam tema posting yang dibagikan melalui media sosial baik itu kehidupan pribadi, aktivitas keseharian, pekerjaan, hubungan keluarga, keagamaan, bisnis, pasangan, dan pencapaian. Dan kegiatan memposting sebagian besar memiliki motif atau hal yang menjadi tujuan yang ingin dicapai, misalnya menarik perhatian orang lain, membentuk eksistensi diri, dan tak sedikit yang memamerkan kepemilikan barang berharga untuk menunjukkan kelasnya dalam lingkungan sosial. kegiatan tersebut yang menggambarkan perilaku *oversharing* di media sosial. *Oversharing* Menurut (Horney & Robert, 2013), menyebutkan bahwa setiap individu mempunyai kebutuhan untuk mengatasi kecemasan dasar yang dinikmatinya. Horney membagi kebutuhan insan menjadi sepuluh kebutuhan, dua diantaranya adalah kebutuhan untuk menerima pengakuan sosial pada bentuk harga diri eksklusif dan kebutuhan untuk dikagumi secara *personal*. Kebutuhan untuk mendapatkan pengakuan sosial menghasilkan individu mencoba untuk selalu terlihat menjadi yang pertama, terlihat penting, serta menarik perhatian berasal orang-orang eksklusif pada dirinya atau pencapaiannya (Sutanto, 2022).

Oversharing diartikan lebih banyak perasaan, pendapat serta seksualitas batin mereka lebih baik yang mereka lakukan secara langsung, atau bahkan melalui telepon, pesan teks, *facebooking*, *tweeting*, *camming*, *blogging*, kencana *online* dan *fornografi*. *Internet* artinya wahana berbagi hiperbola ini yang mengburkan batas antara kehidupan public serta langsung. *Oversharing* melibatkan atau menunjuk ke isu drama, berputar serta bermain. *Oversharing*, berdasarkan definisi ialah “betul-betul *poly* berita” mempublishkan atau penyebaran info yang sangat pribadi, seperti status hubungan seseorang (Mawarningsih, 2022). Keliru satu kemampuan pengelolaan privasi komunikasi yaitu dimensi aturan berita eksklusif mempunyai indicator yang menentukan pilihan penggunaan siapa dan bagaimana akan membuat isu yang sifatnya eksklusif atau rahasia, mengatur Batasan isu langsung yang akan diceritakan pada orang lain, mempertahankan berita langsung menggunakan menghindari *oversharing* (penyebaran berlebihan) agar tidak terjadi konflik menggunakan teman serta informasi pribadi tidak beredar ke orang lain (Yusuf, 2022).

II. METODE PENELITIAN

Pendekatan yang digunakan oleh peneliti dalam studi ini adalah pendekatan kualitatif deskriptif. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang menghasilkan data deskriptif, yaitu melakukan observasi terhadap ucapan atau tulisan dan perilaku orang-orang yang diamati. Pendekatan ini diharapkan dapat menghasilkan uraian yang mendalam tentang ucapan, tulisan, dan perilaku yang dapat diamati dari suatu individu, kelompok, masyarakat, dan organisasi unit analisis. Selanjutnya, sesuai konteks yang teramati, data yang diperoleh kemudian dicatat dan dianalisis. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode simak karena sumber data diperoleh dengan menyimak penggunaan bahasa (Mahsun, 2017). Sumber data yang disimak adalah video podcast Satu Persen – Indonesian Life School yang ada di Youtube dengan judul “*Oversharing: Ngejual Privasi demi Atensi. Biar Apa? | Satu Insight Episode 17*” (Evan, 2022). Subjek dalam penelitian adalah seorang Akademisi yaitu Evan. Sedangkan objek penelitiannya adalah kajian filosofis yang dilakukan Evan.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Penyebab *Oversharing*

Terdapat banyak hal yang mungkin penyebab seseorang melakukan *oversharing* di sosial media. Beberapa diantaranya yaitu tidak memiliki kerabat untuk bercerita sehingga menuangkan segala keluh kesahnya di sosial media, terdapat juga alasan lain yaitu seseorang ingin menerima atensi jika orang lain mampu dikatakan bahwa beliau mempunyai kebutuhan tinggi untuk diperhatikan, waktu beliau merasa tidak cukup puas dengan perhatian tersebut, maka terkadang rela mengorbankan privasi dirinya sendiri. Banyak hal menghipnotis mengapa seseorang hutuh sebuah atensi, walaupun itu karena kesepian, atau karena tidak memiliki tempat cerita untuk mengembangkan. Jika merasa ingin *share* buatlah *second account*, jauh lebih baik dari pada wajib *oversharing* pada *first account*, sebelum mengetahui mengenal baik siapa diri ini.

Sebenarnya tidak menjadi masalah jika memutuskan untuk menunjukkan postingan ke publik, namun harus mengetahui konsekuensi atas apa yang harus diterima, harus paham batasan diri dan dunia luar. Sebenarnya *sharing* tidaklah perkara, namun wajib sadar memposting sesuatu menggunakan bijak. Pikirkan konsekuensi serta

dampak apa yang akan terjadi jika memposting sebuah postingan tersebut. Terkadang tidak luput dari kesalahan, memposting dengan sembarangan, oleh karena itu perlu mengetahui hal-hal apa yang pantas untuk diposting.

Tabel 1. Alasan *Oversharing*

Alasan melakukan perilaku berbagi	%	
	Global	Indonesia
Membagi hal yang menarik	61	76
Membagi hal yang penting	43	58
Membagi hal yang lucu	43	36
Membuat orang tahu keyakinan dan siapa saya	37	40
Merekomendasikan sesuatu	30	40
Mengutarakan dukungan saya terhadap sesuatu	29	14
Membagi sesuatu yang unik	26	47
Membuat orang tahu apa yang sedang saya lakukan	22	29
Menambah jaringan atau percakapan	20	10
Menunjukkan bahwa saya tahu	11	9
Alasan lain	10	6

Sumber: Hanif Akhtar (2020)

Secara umum dapat merangkum data di Tabel 1 kepada kategori yang lebih sederhana yaitu: menjaga relasi sosial dengan orang lain, presentasi diri, serta hiburan dan belajar. Motif yang pertama artinya motif relasi sosial. Factor sosial dan emosional diketahui sebagai faktor utama individu melakukan sikap berbagi di media sosial (Goh et al, 2019). Di waktu ini, Batasan antara kehidupan pribadi dan kehidupan dipublik semakin menjadi memudar, sosial media hadir untuk menjangkau dan menghubungkan antar individu dan Masyarakat yang lebih luas (Angger, 2015). Menjadi penjaga relasi sosial, sikap berbagi dilakukan untuk menjaga keberadaannya dimata seseorang. Sikap yang muncul bersamaan dengan ini merupakan penyampaian timbal balik positif terhadap unggahan tersebut serta meninggalkan komentar diunggah tersebut yang bisa dianggap “liking” menggunakan liking serta komentar antar individu, seolah-olah berinteraksi satu sama lain. Menggunakan liking serta komentar seseorang mengesankan bahwa “hadir dalam hidup seseorang” menyampaikan “like” dan komentar juga menandakan rasa ikut merasakan seseorang terhadap orang lain (William et al, 2000). Hal ini terlihat juga pada perilaku memberikan dukungan terhadap sesuatu hal yang terjadi pada lingkungan sekitar.

Terkait motif relasi sosial dalam dunia maya ini, sebuah penelitian dilakukan oleh Deters dan Mehl (2013) untuk melihat apakah mengunggah sesuatu di *facebook* dapat meningkatkan kesepian atau menurunkan kesepian. Dari penelitiannya, ditemukan bahwa peningkatan unggahan status atau perilaku berbagi sesuatu di *facebook* akan menurunkan kesepian. Hal ini dikarenakan partisipan merasa lebih terkoneksi dengan teman-teman dalam kehidupan sehari-hari. Temuan unik dalam penelitian ini adalah bahwa hubungan unggahan status dan rasa kesepian ini independen terhadap ada atau tidaknya respon dari publik. Artinya meskipun status yang dibagikan tidak mendapat respon dari orang lain, responden akan tetap merasa puas. Namun demikian, antar respon itu sendiri dibandingkan dan hasilnya memberikan komentar lebih memuaskan dibandingkan dengan memberikan “like”.

Motif kedua perilaku berbagi di media sosial adalah untuk presentasi diri. Presentasi diri merupakan motivasi yang didorong oleh keinginan untuk terkesan baik dimata responden, atau kesan terhadap diri yang ideal (Herring dan Kapidzic, 2015). Dalam melakukan presentasi diri disosial media, presentasi visual merupakan faktor yang paling berperan penting. Itulah mengapa seseorang sangat suka mengunggah foto di media sosial mereka dengan kualitas yang paling bagus (Ellison et al., 2006). Hal ini didukung oleh temuan Ipsos yang sudah di utarakan di awal bahwa konten yang paling sering dibagikan di media sosial adalah gambar lima puluh delapan persen, sehingga tidak heran saat ini media sosial yang di khususkan untuk mengunggah gambar cukup populer digunakan masyarakat terutama untuk branding sebuah produk seperti Instagram. Presentasi diri juga tidak hanya menyangkut perihal visual saja, namun lebih ke bagaimana menciptakan citra sehingga orang lain akan mempersepsi diri kita seperti apa yang kita inginkan (Anasari dan Handoyo, 2015). Untuk melihat pola presentasi

diri mahasiswa dalam akun *twitter*. Sebagaimana di ketahui, *twitter* merupakan sosial media yang lebih di khususkan untuk mengunggah teks dalam karakter yang singkat. Dalam temuannya, menemukan alasan utama mahasiswa menggunakan *twitter* adalah konformitas dengan teman-temannya, selain itu alasan lain yang juga disebut adalah manajemen kesan, yakni pengguna ingin memberikan kesan tersendiri yang ingin ditampilkan ke pengguna lain. Memberikan komentar kritis akan suatu kejadian merupakan suatu contoh perilaku yang mengesankan “aku tahu” terhadap masalah ini. Adanya motif presentasi diri ini meninggalkan satu pertanyaan penting terkait pengungkapan jati diri seseorang, apakah yang terlihat di media sosial itu adalah kepribadian pengguna yang asli atau hanya ciptaan pengguna agar orang lain terkesan? Sebuah studi dilakukan (Youyou et al, 2015). Untuk melihat kepribadian seseorang dengan model *Big-Five* berdasarkan aktivitas seseorang di media sosial.

Asumsi dari penelitian ini adalah, apa yang kita “like” akan menunjukkan diri kita, contohnya seseorang yang menyukai unggahan tentang pesta atau dansa menunjukkan faktor ekstraversi yang tinggi, dalam penelitian ini, aktivitas seseorang di media sosial, terutama kegiatan “liking” seseorang terhadap sebuah unggahan dapat memprediksi kepribadian seseorang. Hal ini ditunjukkan oleh tingginya korelasi dengan penilaian yang dilakukan oleh pasangan atau kerabat baik. Selain itu, penilaian dari media sosial ini juga memiliki validitas eksternal yang tinggi ketika di korelasikan dengan kehidupan di luar, seperti sikap politik, kesehatan fisik, dan lain-lain.

Motif ketiga dari perilaku *oversharing* di media sosial adalah untuk hiburan dan belajar. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa Instagram merupakan media sosial yang paling banyak diakses oleh mahasiswa untuk media hiburan (Alhabash dan Ma, 2017). Motif ketiga juga dapat diwakili dengan perilaku berbagi artikel atau tautan yang dirasa unik, menarik, dan bermanfaat. Hal ini juga sesuai dengan penelitian yang dilakukan (Juwita et al, 2015) yang menemukan bahwa informan cenderung merasa bosan ketika tidak membuka media sosial, hal ini karena merasa tidak mendapatkan informasi yang terkini, sehingga, akan sulit menyesuaikan topik pembicaraan dengan kerabat di sekolah. Selain itu juga mengungkapkan bahwa masing-masing akun media sosial memiliki peranan yang berbeda-beda. Contohnya, *facebook* lebih untuk melihat situasi yang terjadi di luar yang sifatnya objektif, sedangkan *Path* dan *Instagram* lebih digunakan untuk menambah pemahaman tentang apa yang sedang teman mereka alami.

Hasil pemikiran mengenai perilaku *oversharing*

Setiap orang memiliki hak untuk membagikan kehidupannya di media sosial, namun, Ketika melakukan *oversharing*, hal tersebut mungkin akan mengganggu responden. Kata *oversharing* lebih banyak berbagi di media sosial, mungkin bagi Sebagian besar unggah binatang kesayangan yang lucu atau bayi yang menggemaskan merupakan hal yang menyenangkan, namun jika hal ini dilakukan berturut-turut sepanjang minggu maka telah melakukan *oversharing*. Kategori *oversharing* adalah unggah foto lebih dari empat kali setiap harinya. Jadi, semua contoh dalam ilustrasi diatas merupakan bentuk *oversharing* yang disaksikan (Afrilia, 2017). *Oversharing* juga mendatangkan dampak yang kurang baik bagi orang yang melakukannya. Dampak negatif dari *oversharing*, mulai dari kehilangan privasi, memicu tindak kriminalitas tertentu contohnya dengan menggugah ke media sosial tiket pesawat dalam rangka liburan, penilaian atau komentar negatif dari orang lain, diberikan label ‘tukang pamer’, mengeluh jika yang diunggah adalah kesulitan dan keluhan terus-menerus hingga membuat orang tertentu menjadi kurang suka (Amaniya, 2019).

Kebutuhan yang mendasari *oversharing*

Setiap individu memiliki kebutuhan untuk mengatasi kecemasan dasar yang mereka rasakan, Horney membagi kebutuhan manusia menjadi 10 (sepuluh) kebutuhan, dua diantaranya adalah kebutuhan untuk mendapatkan pengakuan sosial dalam bentuk gengsi tertentu dan kebutuhan untuk dikagumi secara personal (Feist dan Robert, 2013). Kebutuhan untuk mendapatkan pengakuan sosial membuat individu mencoba untuk selalu terlihat sebagai yang pertama, terlihat penting, dan menarik perhatian penting dari orang-orang tertentu pada dirinya atau pencapaiannya. Pada ilustrasi kasus kedua, unggahan *ceremony* berhasil secara detail foto dengan orang yang berhasil, ditambah dengan keterangan foto yang menyertainya, merupakan contoh nyata dari kebutuhan ini, bahwa saya penting dan ini diperlihatkan di media sosial.

Sedangkan kebutuhan untuk dikagumi secara *personal* membuat individu memiliki keinginan untuk dikagumi dengan keberadaannya, sehingga keberhargaan mereka sangat bergantung pada kekaguman dan pengakuan yang diberikan oleh orang lain terhadap dirinya atau unggahannya. Dalam ilustrasi kasus, unggahan foto liburan yang banyak mungkin didorong oleh kebutuhan untuk mendapatkan kekaguman dari pengikut atau orang lain yang melihat unggahan tersebut. Semua orang memiliki kebutuhan yang disebutkan di atas hanya saja bagi individu

yang melakukan *oversharing*, kebutuhan ini dirasa lebih mendesak dan lebih banyak. Manusia cenderung menyukai orang yang berbagi, namun demikian pengungkapan diri yang terlalu berlebihan dan tidak semestinya *oversharing* akan membuat kita kurang menyukai orang tersebut (Seidman, 2015).

Hasil pemikiran menurut Evan dan riset yang dibaca

Seseorang melakukan *Oversharing* di sosial media yaitu, mempunyai kebutuhan tinggi perlu diperhatikan, dicintai istilah lainnya *need of attention*. Jika seseorang merasa kebutuhannya belum tercukupi, maka akan melakukan berbagai macam cara termasuk mengorbankan batasan diri sendiri salah satunya adalah dengan melakukan *Oversharing*, dimana mempunyai tendensi untuk menggugah sesuatu tentang dirinya sendiri. Tidak aware dalam melakukan sesuatu untuk dimasa yang akan datang contohnya tidak seharusnya menggugah data pribadi seperti KTP, tidak menjadi masalah jika seseorang ingin menggugah sesuatu ke public, asal mengetahui konsekuensi serta batasan yang diunggah, sehingga harus membatasi sesuatu dengan semaksimal mungkin agar tidak terjadi sesuatu yang tidak di inginkan.

IV. KESIMPULAN

Tidak semuanya yang dilakukan dalam sehari-hari diunggah ke semua orang, jadi coba pikirkan baik-baik sebelum memulai mengetik dan menggugah sesuatu pada akun sosial media, mungkin berpikir tidak ada salahnya mempublikasikan satu atau dua hal. Tapi, tidak pernah diketahui siapa yang membaca dan menggunakannya di kemudian hari, saat sedang sedih atau ingin marah, sebaiknya menjauh terlebih dahulu dari *gadget*. Akan lebih baik jika meredam sedih dan emosi dengan membaca buku. Faktanya, pelaku *oversharing* berasal dari orang-orang yang sedih atau sedang dikuasai emosi. Dalam bersosial media dihatiskan peduli dengan privasi terhadap diri sendiri, pahamiilah batasan mana yang harus posting, mana yang harus menjadi konsumsi pribadi. Hal apa saja yang tidak seharusnya unggah di sosial media, menggugah sesuatu di media sosial itu tidak apa-apa, tetapi harus sadar atas tindakan yang dilakukan di sosial media, karena sosial media bersifat global. semua bisa mengakses informasi jika lalai dalam penggunaannya, juga harus bisa menghargai orang lain jangan sembarang menggugah hal-hal pribadi orang lain, yang dimaksud foto dan identitas, tentu saja tidak suka jika data seseorang *dishare* kepublik, bijaklah dalam menggunakan sosial media hindari melakukan *oversharing* di sosial media.

DAFTAR PUSTAKA

- Aisy, H, R (2023), *Oversharing* yang Dilakukan Mahasiswa Mencari Perhatian di Media Sosial https://scholar.google.com/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&q=oversharing+yang+dilakukan+mahasiswa+mencari+perhatian+di+media+sosial&btnG= (Diakses tanggal 31 oktober 2023)
- Akhtar, H (2020), Perilaku *Oversharing* di Media Sosial: Ancaman atau Peluang?, <https://journal.uii.ac.id/Psikologika/article/view/9403/10264> (Diakses tanggal 8 Oktober 2023)
- Amaniya (2019), *Oversharing* kehidupan di Media Sosial Bukan Hal Baik, Ini 5 Alasannya <https://www.idntimes.com/life/inspiration/amaniya/oversharing-kehidupan-di-media-sosial-bukan-hal-baik-ini-5-alasannya-c1c2/5?page=all> (Diakses tanggal 8 Oktober 2023)
- Andani, S.M (2022), Jangan Ngejual Privasi Demi Mendapatkan Atensi Orang Lain <https://segudangilmu.com/jangan-ngejual-privasi-demi-mendapatkan-atseni-orang-lain/> (Diakses tanggal 8 Oktober 2023)
- Azzahra, G. F., Asbari, M., & Ariani, A. S. (2023). Pendidikan Multikultural: Menuju Kesatuan Melalui Keanekaragaman. *Journal of Information Systems and Management (JISMA)*, 2(6), 1–7. <https://doi.org/10.4444/jisma.v2i6.505>
- Azzahra, G.F., Asbari, M., Ariani, A.S., 2023. Pendidikan Multikultural: Menuju Kesatuan Melalui Keanekaragaman. *J. Inf. Syst. Manag.* 02, 1–7.
- Candra, I. S., Asbari, M., & Rozikin, P. R. (2023). Konsep Eksosistem Pendidikan Merdeka: Perspektif Filosofis dan Praksis Najelaa Shihab. *Journal of Information Systems and Management (JISMA)*, 2(6), 89–92. <https://doi.org/10.4444/jisma.v2i6.839>
- Crisvin, Asbari, M., Chiam, J.V., 2023. Innovate to Liberate: Akselerasi Kreativitas Siswa dalam Pendidikan. *J. Inf. Syst. Manag.* 02, 8–12.
- Evan (2022). *Oversharing: Ngejual Privasi Demi Atensi, Biar Apa? | Satu Insight Episode 17*

- https://youtu.be/X3rAgRL2MbQ?si=sZMay7h_4oFsixK (Diakses tanggal 8 Oktober 2023)
- Febriana, H (2023), Perilaku *Oversharing* Mahasiswa di Media Sosial <https://journal.unhas.ac.id/index.php/HJS/article/view/26759/9977> (Diakses tanggal 31 oktober 2023)
- Hidayatullah, M. T., Asbari, M., Ibrahim, M. I., & Faidz, A. H. H. (2023). Urgensi Aplikasi Teknologi dalam Pendidikan di Indonesia. *Journal of Information Systems and Management (JISMA)*, 2(6), 70–73. <https://doi.org/10.4444/jisma.v2i6.785>
- Hutahaean, J. T., Asbari, M., & Nurwanto, F. (2023). Urgensi Sadar Lingkungan di Era Teknologi . *Journal of Information Systems and Management (JISMA)*, 2(6), 47–49. <https://doi.org/10.4444/jisma.v2i6.730>
- Isbah, L. P. I., & Faisal, A. (2023). Mengapa Pancasila Mirip dengan Komunisme? Perspektif Guru Gembul. *Journal of Information Systems and Management (JISMA)*, 2(6), 62–66. <https://doi.org/10.4444/jisma.v2i6.776>
- Jihan, I., Asbari, M., Nurhafifah, S., 2023. Quo Vadis Pendidikan Indonesia : Kurikulum Berubah , Pendidikan Membaik ? *J. Inf. Syst. Manag.* 02, 17–23.
- Kamar, K., Asbari, M., Purwanto, A., Nurhayati, W., Agistiawati, E., Sudyono, R.N., 2020. Membangun Karakter Siswa Sekolah Dasar Melalui Praktek Pola Asuh Orang Tua Berdasarkan Genetic Personality. *JINoP (Jurnal Inov. Pembelajaran)* 6, 75.
- Khumalia, S. H., & Asbari, M. (2023). Urgensi Pemimpin Adil dan Berpengetahuan Luas: Perspektif Anies Baswedan. *Journal of Information Systems and Management (JISMA)*, 2(6), 22–27. <https://doi.org/10.4444/jisma.v2i6.511>
- Larasati, A.K., Asbari, M., Pinandita, P.H., Anggainsi, A.D., 2023. Implementasi Kurikulum yang Memberdayakan Konteks? *J. Inf. Syst. Manag.* 02, 23–26.
- Latif, D., Efendi, F., & Asbari, M. (2023). Demi Bela Generasi Pendidikan Harus Siap Dihujat. *Journal of Information Systems and Management (JISMA)*, 2(6), 43–46. <https://doi.org/10.4444/jisma.v2i6.729>
- Lestari, D., Asbari, M., & Yani, E. E. (2023). Kurikulum Merdeka: Hakikat Kurikulum dalam Pendidikan. *Journal of Information Systems and Management (JISMA)*, 2(6), 85–88. <https://doi.org/10.4444/jisma.v2i6.840>
- Makarim, F.R (2023), Kecanduan Media Sosial? Hati-Hati *Oversharing* <https://www.halodoc.com/artikel/kecanduan-media-sosial-hati-hati-oversharing> (Diakses tanggal 8 Oktober 2023)
- Maulansyah, R.D., Febrianty, D., Asbari, M., 2023. Peran Guru dalam Peningkatan Mutu Pendidikan: Penting dan Penting! *J. Inf. Syst. Manag.* 02, 31–35.
- Novitasari, D., Asbari, M., 2021. Leaders Coaching di Sekolah: Apa Perannya terhadap Kinerja Guru? *Edumaspu J. Pendidik.* 5, 580–597.
- Nuryanti, Y., Novitasari, D., Nugroho, Y.A., Fauji, A., Gazali, Asbari, M., 2020. Meningkatkan Komitmen Organisasional Dosen: Analisis Pengaruh Kepemimpinan Perguruan Tinggi dan Kepuasan Intrinsik & Ekstrinsik Dosen. *EduPsyCouns J. Educ. Psychol. Couns.* 2, 561–581.
- Sutanto, S.H (2020), Apa yang salah dengan *Oversharing* di Media Sosial? <https://buletin.k-pin.org/index.php/arsip-artikel/659-apa-yang-salah-dengan-oversharing-di-media-sosial> (Diakses tanggal 8 Oktober 2023)