

CYBERLOAFING: PERANAN CONSCIENTIOUSNESS TERHADAP PEMALASAN SIBER PADA KARYAWAN

CYBERLOAFING: THE ROLE OF CONSCIENTIOUSNESS OF CYBERLOAFING FOR EMPLOYEES

Oleh:
Marissa¹
Achmad Irvan Dwi Putra²
Sarinah³

ABSTRACT

Submitted:
27 Maret 2019

Revision:
29 Mei 2019
12 Juni 2019

Accepted:
21 Juni 2019

This study aims to determine the relationship between conscientiousness with cyberloafing. The hypothesis of this study stated that there is a negative correlation between conscientiousness with cyberloafing. The research subjects were 105 employees who work in PT. C selected by purposive sampling. Data were obtained from a scale to measure conscientiousness and cyberloafing. The calculation was performed by means of testing requirements analysis (assumption) that consists of a test for normality and linearity test for relationships. The Analysis of the data was performed by Product Moment Correlation with SPSS 17 for Windows. The results of data analysis showed that the coefficient was -0.561 with $p < 0.000$ ($p < 0.05$), means there is a negative correlation between conscientiousness with cyberloafing. These results indicate that the contribution given to cyberloafing by conscientiousness variable was 31,5%.

Keywords: *Conscientiousness; Cyberloafing; Employees.*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara *conscientiousness* dan *cyberloafing*. Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah ada hubungan negatif antara *conscientiousness* dengan *cyberloafing*. Subjek penelitian dalam penelitian ini adalah karyawan yang bekerja di PT. C sebanyak 105 orang yang dipilih dengan metode *purposive sampling*. Data diperoleh dari Skala *conscientiousness* dan *cyberloafing*. Perhitungan dilakukan dengan melalui uji prasyarat analisis (uji asumsi) yang terdiri dari uji normalitas dan uji linearitas hubungan. Analisis data yang digunakan adalah menggunakan korelasi *Product Moment* melalui bantuan *SPSS 17 for Windows*. Hasil analisis data menunjukkan koefisien korelasi sebesar -0.561 dengan p sebesar 0,000 ($p < 0,05$) yang menunjukkan adanya hubungan negatif antara *conscientiousness* dengan *cyberloafing*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa sumbangan yang diberikan variabel *conscientiousness* terhadap *cyberloafing* adalah sebesar 31,5%.

Kata kunci: *Conscientiousness; Cyberloafing; Karyawan.*

¹Universitas Prima Indonesia, kuro115b@gmail.com

²Universitas Prima Indonesia, musisi059@gmail.com

³Universitas Prima Indonesia, sarinahlumbantoruan@gmail.com

PENDAHULUAN

Internet adalah sistem komunikasi global yang menghubungkan jaringan pribadi, publik, akademik, bisnis, dan pemerintah menggunakan berbagai teknologi elektronik, nirkabel, dan optik yang luas dan terus berkembang. Internet juga memberikan kemudahan untuk mencari sumber informasi yang cepat sesuai dengan kebutuhan. Melalui internet, berbagai macam informasi yang disediakan dapat kita ketahui hanya dalam hitungan menit saja. Internet juga menjadi hal yang umum dengan kehidupan setiap kalangan masyarakat, khususnya di kalangan pekerja karyawan sesuai dengan data dari hasil survei yang dilakukan Asosiasi Penyelenggaraan Jasa Internet Indonesia (APJII), dimana penggunaan internet di tahun 2016 telah mencapai 132,7 juta orang atau sekitar 51,5 persen dari total penduduk di Indonesia dan 82,2 juta orang atau 62 persen didominasi oleh pekerja/ wiraswasta.

Perangkat-perangkat teknologi informasi (TI) yang terhubung ke internet, seperti komputer, *tablet*, dan *smartphone* memainkan peran utama dalam pengoperasian setiap organisasi. Perangkat-perangkat teknologi informasi (TI) yang terhubung ke internet tersebut sangat penting dalam membantu mengurangi biaya dalam bisnis, mempersingkat waktu siklus produksi dan layanan secara efisien. Lim (dalam Jiang, 2016) berpendapat keberadaan internet juga dapat membantu karyawan yang ada di perkantoran untuk menyelesaikan tugasnya dengan cepat, meningkatkan kreativitas, dan menghemat waktu dan biaya yang harus dikeluarkan seorang karyawan dan suatu perusahaan. Namun, kemudahan mengakses internet adalah pedang bermata dua, karena selain memberikan bantuan dan efisiensi bagi perusahaan, juga memberikan kesempatan kepada para karyawan melakukan penyalahgunaan fasilitas internet tersebut untuk tujuan hiburan dan hal-hal yang tidak berkaitan dengan pekerjaan sehingga perusahaan harus menyebarkan akses internet kepada karyawan dengan hati-hati karena potensi penyalahgunaan.

Menurut Lim (dalam Anandarajan & Simmers, 2004), aktivitas penyalahgunaan fasilitas untuk mengakses internet yang disediakan oleh organisasi untuk kepentingan pribadi atau melakukan aktivitas yang tidak berhubungan dengan pekerjaan dan organisasi disebut *cyberloafing*. Sedangkan Robbins dan Judge (dalam Fuadiah, dkk., 2016) menyebutkan bahwa *cyberloafing* sendiri adalah tindakan individu yang menggunakan akses internet lembaganya selama jam kerja untuk kepentingan pribadi dan aktivitas-aktivitas internet lainnya yang tidak berhubungan dengan pekerjaan.

Tingginya perilaku pemalasan siber atau yang lebih dikenal dengan perilaku *cyberloafing* yang karyawan lakukan didapatkan dari hasil observasi yang peneliti lakukan terhadap komputer perusahaan beberapa karyawan di PT. C, dimana peneliti menemukan bahwa di komputer tersebut terinstal aplikasi untuk *chatting* yaitu *WhatsApp* dan *Yahoo Messenger* dan di beberapa ruang *chat* yang ada bukan hanya terdapat percakapan yang berhubungan dengan pekerjaan, tetapi terdapat pula percakapan pribadi karyawan dengan beberapa teman mereka. Lalu, dari hasil wawancara dengan beberapa karyawan di PT. C, dalam waktu 1 minggu, mereka mengatakan mampu mengakses internet pada saat jam kerja sebanyak 10 hingga 15 kali, sedangkan beberapa karyawan yang lain mengaku mengakses internet setiap selesai makan siang dan kebanyakan kegiatan yang dilakukan menggunakan internet tersebut adalah untuk mencari berita-berita yang sedang terjadi ataupun informasi-informasi tambahan untuk memenuhi keingintahuan mereka sendiri, mengakses media sosial maupun *chatting online*, atau *browsing* situs-situs di internet untuk menghilangkan rasa bosan di kantor. Mereka memiliki berbagai macam alasan untuk mengakses internet untuk kepentingan pribadi mereka dengan dalih pekerjaan yang ada masih sempat dikerjakan keesokan harinya.

Cyberloafing dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor, salah satu faktornya adalah *trait conscientiousness*. Jiang (2016), mengemukakan bahwa faktor kepribadian seperti kepribadian *big five* dan karakteristik demografis ditemukan secara signifikan dapat menjelaskan mengenai perilaku *cyberloafing*/ PIU. Secara spesifik, *conscientiousness*, kestabilan emosi/*emotional stability*, *agreeableness*, dan kejujuran/*honesty* memiliki hubungan yang negatif dengan perilaku *cyberloafing*/ PIU. Sebagai tambahan, Everton, Mastrangelo, dan Jolton (dalam Jiang, 2016), menemukan bahwa karyawan yang memiliki impulsivitas tinggi dan *conscientiousness* yang rendah akan lebih memungkinkan untuk melakukan perilaku *cyberloafing*.

Hal tersebut dibuktikan oleh Varghese dan Barber (2017) yang dalam penelitiannya menemukan bahwa *cyberloafing* dipengaruhi oleh *personality trait* melalui survei online pada Amazon Mechanical Turk (Mturk). Hasil yang mereka temukan adalah adanya hubungan negatif antara *conscientiousness* dengan *cyberloafing* yang menunjukkan semakin tinggi *conscientiousness*, maka akan semakin rendah *cyberloafing* yang dilakukan seseorang dan sebaliknya, semakin rendah *conscientiousness*, maka akan semakin tinggi perilaku *cyberloafing* yang dilakukan seseorang.

Personality trait atau sifat kepribadian, umumnya mengacu pada pola konsisten dalam cara individu berperilaku, merasa, atau berpikir (Pervin, dkk., 2015). Hasil dari beberapa studi yang lain menunjukkan bahwa kepribadian dapat memprediksi perilaku dan juga performansi seseorang dalam konteks pekerjaan, yang salah satunya adalah dimensi kepribadian *Big Five*. Kepribadian *Big Five* adalah kategori lima sifat utama yang mencakup emosionalitas, aktivitas, dan faktor sosiabilitas. Adapun kelima dimensi dalam kepribadian dimensi kepribadian *Big Five*, yaitu: *openness*, *conscientiousness*, *extraversion*, *agreeableness*, dan *neuroticism* (Pervin, dkk., 2015).

Conscientiousness mengacu pada konstruk dari orang yang sangat termotivasi untuk mencapai tujuannya sesuai definisi Goldberg (dalam Raad, 2000) yang mendeskripsikan *conscientiousness* sebagai individu yang terorganisasi, sistematis, efisien, praktis, dan mantap untuk mencapai tujuannya. Sedangkan menurut Costa dan McCrae (dalam Pervin, dkk., 2015) *conscientiousness* pada dasarnya mendeskripsikan perilaku berorientasi tugas dan tujuan juga kontrol impuls yang dipersyaratkan secara sosial, artinya *conscientiousness* menilai tingkat organisasi, ketekunan, dan motivasi dalam berperilaku berarah tujuan. Sockett (dalam Raad, 2000) juga menyatakan *conscientiousness* adalah sifat dengan makna perilaku yang terus terang dan relevansi sosial dan individu yang eksplisit.

Penelitian terdahulu juga pernah dilakukan oleh Jia, dkk., (2013) terhadap karyawan melalui survei online pada *Study Response* yang hasilnya menunjukkan adanya hubungan negatif antara *conscientiousness* dengan *cyberloafing*. Individu dengan level *conscientiousness* yang tinggi memiliki upaya yang tinggi untuk bekerja secara sistematis dan konsisten. Sebaliknya, orang dengan level *conscientiousness* yang rendah akan merasa kurang berorientasi dan motivasi sehingga akan selalu menerima begitu saja apapun hasil pekerjaannya.

Dengan melihat permasalahan yang terjadi pada karyawan khususnya di PT. C, maka peneliti tertarik untuk meneliti hubungan antara *conscientiousness* dengan *cyberloafing* pada karyawan di PT. C dengan hipotesis yang dapat diajukan dalam penelitian ini yaitu “adanya hubungan negatif antara *conscientiousness* dengan *cyberloafing*”. Artinya, semakin tinggi *conscientiousness* yang dimiliki seseorang, maka semakin rendah perilaku *cyberloafing* yang terjadi dikarenakan mereka berupaya untuk menyelesaikan tanggung jawab mereka dengan baik dan tepat waktu, juga melakukan sesuatu secara teratur dan efisien. Namun sebaliknya, semakin rendah *conscientiousness* yang dimiliki seseorang, dimana seseorang cenderung suka menunda-nunda menyelesaikan tanggung jawab mereka dan tidak bekerja secara teratur, maka semakin tinggi perilaku *cyberloafing* yang terjadi.

METODE PENELITIAN

Variabel Penelitian

Variabel terikat dalam penelitian ini adalah *cyberloafing*. *Cyberloafing* adalah perilaku penggunaan teknologi internet dan penyalahgunaan waktu dengan menjelajahi internet dengan tujuan personal atau tidak berkaitan dengan pekerjaan pada saat jam kerja, di mana perilaku yang dilakukan adalah penggunaan *email* dan internet secara umum.

Sedangkan variabel bebas adalah *conscientiousness*. *Conscientiousness* merupakan kombinasi antara sifat dan karakteristik seseorang yang teratur, terorganisir, sistematis, ringkas, efisien, disiplin, dapat diandalkan, bertanggung jawab, teliti, cermat, tepat, rajin, gigih, ulet, dan pekerja keras.

Subjek Penelitian

Populasi dalam penelitian ini adalah 150 orang karyawan di PT. C dan dengan salah satu teknik *nonprobability sampling*, yaitu *purposive sampling* dengan karakteristik karyawan yang sudah bekerja lebih dari 3 bulan di PT. C dan mengetahui mengenai internet dan penggunaannya, maka terpilihlah subjek penelitian sebanyak 105 orang karyawan.

Metode Pengumpulan Data

Alat pengumpul data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan metode skala berupa kuesioner dengan disesuaikan pada aspek atau indikator dari variabel. Skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah Skala Likert. Skala Likert disajikan dalam bentuk pernyataan yang bersifat *favourable* dan *unfavorable* dengan empat alternatif jawaban untuk setiap butir pernyataan sehingga kemungkinan jawaban di tengah-tengah dapat dihindari.

Skala *Cyberloafing* diukur menggunakan indikator *cyberloafing* berdasarkan 3 pengukuran perilaku *cyberloafing* yang dikemukakan oleh Blau, Yang, dan Ward-Cook (2006), yaitu: *browsing activities*, *emailing activities*, dan *interactive activities* dengan nilai koefisien validitas bergerak dari nilai 0.243 hingga 0.741 dan nilai reliabilitas sebesar 0.926. Sedangkan skala *Conscientiousness* disusun menurut aspek-aspek *conscientiousness* yang dikemukakan oleh Goldberg (dalam Ryckman, 2008), yaitu: *organization*, *efficiency*, *dependability*, *precision*, dan *persistance* dengan koefisien validitas bergerak dari nilai 0.249 hingga 0.723 dan nilai reliabilitas sebesar 0.944.

Teknik Analisis Data

Hasil penelitian ini menggunakan teknik analisis data korelasi *Pearson Product Moment* dibantu dengan menggunakan program *SPSS 17 for Windows*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji normalitas dilakukan agar dapat mengetahui apakah setiap variabel penelitian telah berdistribusi secara normal atau tidak. Uji normalitas yang dilakukan terhadap variabel *cyberloafing* menggunakan uji *Kolmogorov Smirnov* diperoleh koefisien $KS-Z = 0.756$ dengan sig sebesar 0.616 untuk uji 2 (dua) arah. Karena hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini bersifat 1 (satu) arah, maka sig uji 1 (satu) arah dari variabel *cyberloafing* sebesar 0.308 ($p > 0.05$), yang berarti bahwa data pada variabel *cyberloafing* memiliki sebaran atau terdistribusi normal. Sedangkan untuk uji normalitas pada variabel *conscientiousness* diperoleh koefisien $KS-Z = 0.901$ dengan sig sebesar 0.392 untuk uji 2 (dua) arah. Karena hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini bersifat 1 (satu) arah, maka sig 1 (satu) arah dari variabel *conscientiousness* sebesar 0.196 ($p > 0.05$), yang berarti bahwa data pada variabel *conscientiousness* memiliki sebaran atau terdistribusi normal.

Variabel *conscientiousness* dan variabel *cyberloafing* memiliki hubungan linear sesuai dengan hasil yang terlihat dari nilai sig sebesar 0.000 maka $p < 0.05$. Jadi, dapat disimpulkan bahwa kedua variabel, yaitu variabel *conscientiousness* dan variabel *cyberloafing*, memiliki hubungan linear dan telah memenuhi syarat untuk dilakukan analisis *Pearson Product Moment Correlation*.

Tabel 1.
Hasil Uji Hipotesis

Analisis	Pearson Correlation	Sig	R Square
Conscientiousness dan Cyberloafing	-0.561**	0.000	0.315

**signifikansi pada taraf 0.01 (1-tailed)

Berdasarkan hasil analisis korelasi antara *conscientiousness* dengan *cyberloafing* pada tabel 1, diperoleh koefisien korelasi *Pearson Product Moment* sebesar -0.561 dengan sig sebesar $p=0.000$ ($p<0.05$). Hal ini menunjukkan bahwa adanya korelasi negatif yang signifikan antara *conscientiousness* dengan *cyberloafing* sehingga dikategorikan hubungan yang sedang (Sugiyono, 2007). Dari hasil perhitungan tersebut, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini menunjukkan hubungan negatif antara *conscientiousness* dengan *cyberloafing* pada karyawan PT. C diterima dan dapat dinyatakan bahwa ada hubungan negatif yang sedang dan signifikan antara *conscientiousness* dengan *cyberloafing*.

Tabel 2.
Sumbangan Efektif

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of Estimate
1	-0.561	0.315	0.308	15.182

Berdasarkan tabel 2 diatas, dapat disimpulkan dalam penelitian ini diperoleh koefisien determinasi (R^2) sebesar 0.315. Berdasarkan hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa sumbangan 31.5 persen *conscientiousness* memengaruhi *cyberloafing* dan selebihnya sebesar 68.5 persen dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti pada penelitian ini.

Tabel 3.
Perbandingan Data Mean Empirik dan Hipotetik

Variabel	Mean	
	Empirik	Hipotetik
Cyberloafing	94.8	95
Conscientiousness	75.24	87.5

Hasil analisis pada tabel 3 untuk data *cyberloafing* diperoleh mean empirik < mean hipotetik yaitu $94.80 < 95$ maka dapat disimpulkan bahwa *cyberloafing* pada subjek penelitian lebih rendah daripada populasi pada umumnya dan pada hasil analisis untuk data

conscientiousness diperoleh mean empirik < mean hipotetik yaitu $75.24 < 87.5$ maka dapat disimpulkan bahwa *conscientiousness* pada subjek penelitian juga lebih rendah daripada populasi pada umumnya.

Tabel 4.
Kategorisasi Data

	<i>Cyberloafing</i>	<i>Conscientiousness</i>
Kategori Rendah (Persentase)	14 (13.33 %)	54 (51.43 %)
Kategori Sedang (Persentase)	72 (68.57 %)	51 (48.57 %)
Kategori Tinggi (Persentase)	19 (18.10 %)	0 (0 %)

Berdasarkan kategorisasi pada tabel 4, maka dapat dilihat bahwa terdapat 14 subjek (13.33 persen) yang memiliki *cyberloafing* rendah, terdapat 72 subjek (68.57 persen) yang memiliki *cyberloafing* sedang, dan terdapat 19 subjek (18.10 persen) yang memiliki *cyberloafing* tinggi. Sedangkan pada variabel *conscientiousness*, dapat dilihat bahwa terdapat 54 subjek (51.43 persen) yang memiliki *conscientiousness* rendah, terdapat 51 subjek (48.57 persen) yang memiliki *conscientiousness* sedang, dan tidak terdapat subjek (0 persen) yang memiliki *conscientiousness* tinggi.

Penelitian pada 105 subjek yang bekerja di PT. C diperoleh hasil bahwa ada hubungan negatif antara *conscientiousness* dengan *cyberloafing* dengan koefisien korelasi *Pearson Product Moment* sebesar $r = -0.561$ yang berada pada rentang 0.4-0.599 sehingga dikategorikan memiliki hubungan yang sedang (Sugiyono, 2007) dan nilai p sebesar 0.000 ($p < 0.05$) yang artinya semakin tinggi tingkat *conscientiousness* karyawan, maka semakin rendah tingkat *cyberloafing* karyawan, dan juga sebaliknya, semakin rendah tingkat *conscientiousness* karyawan, maka semakin tinggi tingkat *cyberloafing* karyawan. Hasil dari penelitian ini diperoleh koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,315. Berdasarkan hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa 31,5 persen variabel *conscientiousness* mempengaruhi *cyberloafing*, dan selebihnya 68,5 persen dipengaruhi oleh faktor lain.

Hasil penelitian juga senada dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Fuadiah, dkk., (2016) terhadap 60 orang subjek di Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam IAIN Antasari, yang menyatakan bahwa salah satu dimensi dalam kepribadian *big five* yang mempengaruhi *cyberloafing* adalah *conscientiousness*, dimana diketahui bahwa ada peranan negatif *conscientiousness* terhadap perilaku *cyberloafing*. Karyawan yang memiliki *conscientiousness* tinggi cenderung tetap fokus pada pencapaian tugas saat bekerja, karena mereka memiliki kebutuhan tinggi untuk mencapai kinerja tertentu, dorongan untuk berhasil, dan keinginan untuk mencapai tujuan yang mulia sehingga menghalangi individu untuk terlibat dalam perilaku menyimpang seperti *cyberloafing* (O'Neill, Hambley, & Berkovich, 2014).

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka hipotesis yang diajukan sebelumnya dalam penelitian ini, yaitu adanya hubungan negatif antara *conscientiousness* dengan *cyberloafing* dapat diterima dengan hasil korelasi *Pearson Product Moment* (r) sebesar -0.561 dengan p sebesar 0,000 ($p < 0,05$) yang artinya semakin tinggi *conscientiousness* maka akan semakin rendah perilaku *cyberloafing*, dan sebaliknya, semakin rendah *conscientiousness* maka akan semakin tinggi perilaku *cyberloafing*. Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa

sumbangan yang diberikan variabel *conscientiousness* terhadap *cyberloafing* adalah sebesar 31,5 persen, selebihnya 68.5 persen dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti.

DAFTAR PUSTAKA

- Anandarajan, M. & Simmers, C. A. (2004). *Personal Web Usage in the Workplace: A Guide to Effective Human Resources Management*. USA: Idea Group Inc.
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. (2016). *Penetrasi dan Perilaku Pengguna Internet di Indonesia*. Dinduh dari: <https://apjii.or.id/content/read/39/264/Survei-Internet-APJII-2016> tanggal 30 Desember 2017
- Azwar, S. (2013). *Penyusunan Skala Psikologi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Blau, G., Yang, Y. & Phd, Ward-Cook, K. (2006). Testing a measure of cyberloafing. *Journal of Allied Health*, 35(1), 9–17.
- Feist, J. & Feist, G. J. (2008). *Theories of Personality (ed 7th)*. USA: The McGraw-Hill Companies, Inc.
- Fuadiah, L., Anward, H. H. & Eriyani, L. (2016). Peranan *conscientiousness* terhadap perilaku *cyberloafing* pada mahasiswa. *Jurnal Ecopsy*, 3(1), <http://dx.doi.org/10.20527/ecopsy.v3i1.1942>
- Jia, H., Jia, R. & Karau, S. (2013). Cyberloafing and Personality: The Impact of the Big Five Traits and Workplace Situational Factors. *Journal of Leadership & Organizational Studies*, XX(X), 1-8. <https://doi.org/10.1177/1548051813488208>
- Jiang, H. (2016). *Employee Personal Internet Usage in the Workplace*. Jyväskylä: Jyväskylä University Printing House.
- O'Neill, T. A., Hambley, L. A., & Bercovich, A. (2014). Prediction of cyberslacking when employees are working away from the office. *Computers in Human Behaviour*, 34, 291–298. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2014.02.015>
- Pervin, L. A., Cervone, D., & John, O. P. (2015). *Psikologi Kepribadian Teori & Penelitian Edisi Kesembilan*. Jakarta: Kencana Prenamedia Group.
- Priyatno, D. (2011). *Buku Saku Analisis Statistik Data SPSS*. Yogyakarta: Gaya Media.
- Raad, B. D. (2000). *The Big Five Personality Factors The Psycholexical Approach to Personality (Ed 9th)*. Germany: Hongrefe & Huber Publishers.
- Ryckman, R. M. (2008). *Theories of Personality*. USA: Thomson Wadsworth.
- Sugiyono. (2007). *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: CV Alfabeta.
- Varghese, L. & Barber, L. K. (2017). A preliminary study exploring moderating effects of role stressors on the relationship between Big Five personality traits and workplace cyberloafing. *Cyberpsychology: Journal of Psychosocial Research on Cyberspace*, 11 (4), article 4. <http://dx.doi.org/10.5817/CP2017-4-4>