

**INTENSI PERILAKU ALTER EGO  
PADA PENGGUNA AKUN ALTER DI TWITTER**

**SKRIPSI**



Oleh:

**HAFID ASFIYANTO**

**NIM. 18410166**

**FAKULTAS PSIKOLOGI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG  
TAHUN 2022**

**INTENSI PERILAKU ALTER EGO  
PADA PENGGUNA AKUN ALTER DI TWITTER**

**SKRIPSI**

Diajukan kepada  
Dekan Fakultas Psikologi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang  
untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam memperoleh  
gelar Sarjana Psikologi (S.Psi)

Oleh:

**HAFID ASFIYANTO**

**NIM. 18410166**

**FAKULTAS PSIKOLOGI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG  
TAHUN 2022**

**INTENSI PERILAKU ALTER EGO  
PADA PENGGUNA AKUN ALTER DI TWITTER**

**SKRIPSI**

Oleh:

**HAFID ASFIYANTO**

**NIM. 18410166**

Telah disetujui oleh:  
Dosen Pembimbing



**Hilda Halida, M.Psi, Psikolog**

**NIP. 19910512201911202273**

Mengetahui,  
Dekan Fakultas Psikologi  
Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang



**Dr. Rita Hidayah, M.Si**  
**NIP. 197611282002122001**

**SKRIPSI**  
**INTENSI PERILAKU ALTER EGO**  
**PADA PENGGUNA AKUN ALTER DI TWITTER**

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji  
Pada hari Kamis....., 21 Juli... 2022

**Susunan Dewan Penguji**

Sekretaris Penguji



**Hilda Halida, M.Psi, Psikolog**  
NIP. 19910512201911202273

Penguji Utama



**Dr. Retno Mangestuti, M.Si**  
NIP. 197502202003122004

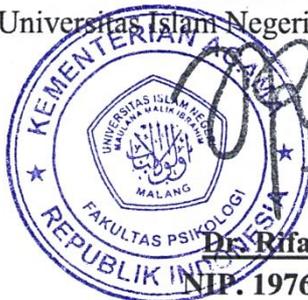
Anggota

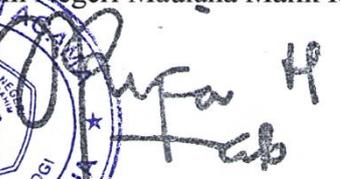


**Yusuf Ratu Agung, M.A**  
NIP. 198010202015031002

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan  
untuk memperoleh gelar Sarjana Psikologi  
pada hari Kamis....., 21 Juli... 2022

Mengesahkan,  
Dekan Fakultas Psikologi  
Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang



  
**Dr. Rifa Hidayah, M.Si**  
NIP. 197611282002122001

## HALAMAN PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Hafid Asfiyanto

NIM : 18410166

Fakultas : Psikologi

Universitas : Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang

Menerangkan bahwa penelitian skripsi saya dengan judul “Intensi Perilaku Alter Ego pada Pengguna Akun Alter di Twitter” bukanlah tindakan plagiat dan merupakan hasil karya sendiri. Apabila suatu saat skripsi saya secara prinsip terbukti tindakan plagiat, saya bersedia menerima sanksi yang telah ditetapkan, dan bukan menjadi tanggung jawab Dosen Pembimbing maupun pihak Fakultas Psikologi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Malang, 07 Agustus 2022

Peneliti



**Hafid Asfiyanto**

**NIM. 18410166**

## **MOTTO**

“No matter how hard life is, don't lose hope”

— Zayn Malik

## **PERSEMBAHAN**

Skripsi ini peneliti dedikasikan kepada:

Kedua orang tua yang selalu memberikan dukungan.

Teman terbaik: Irvan Reza P., Arifin Mustafa, Danial Nawaf, Daniella Christy V.,

Lukman Harun A., Ahmad Ridlo K., Almas Faizul K., Dhana Preiskaton.

Laboran, Acsan Suseno, S.Psi.

Keluarga Asisten Laboratorium 2021.

## KATA PENGANTAR

*Bismillahirrahmanirrahim.*

Assalamualaikum Wr. Wb.

Alhamdulillah rabbil'alamin. Puji syukur kehadirat Allah SWT, atas hidayah serta inayah-Nya, penelitian ini dapat diselesaikan dengan baik. Shalawat serta salam semoga tetap tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW yang senantiasa kita nantikan pertolongannya di hari akhir nanti.

Peneliti menyampaikan rasa terima kasih kepada berbagai pihak yang telah membantu proses perjalanan skripsi ini. Dengan segala ketulusan, kepada:

1. Prof. Dr. M. Zainuddin, MA., selaku Rektor Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
2. Dr. Rifa Hidayah, M.Si., selaku Dekan Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
3. Hilda Halida, M.Psi, Psikolog, selaku Dosen Pembimbing yang telah bersedia memberikan motivasi, arahan, serta bimbingan.
4. Dosen Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
5. Kedua orang tua yang selalu memberikan doa, dukungan, serta kasih sayang
6. Seluruh subjek penelitian yang telah bersedia menjadi responden dalam penelitian ini.
7. Teman terbaik: Irvan Reza P., Arifin Mustafa, Danial Nawaf, Daniella Christy V., Lukman Harun A., Ahmad Ridlo K., Almas Faizul K., Dhana Preiskaton.

8. Acsan Suseno, S.Psi., selaku Laboran Laboratorium Psikodiagnostik, atas dukungan dan segala hal baik yang telah diberikan.
9. Asisten Laboratorium Psikodiagnostik 2021. Kalian semua adalah keluarga, sahabat, serta rekan kerja terbaik yang pernah saya miliki hingga saat ini.

Sesungguhnya penelitian ini belum bisa dikatakan sempurna. Oleh sebab itu, peneliti mengharapkan adanya masukan dari berbagai pihak. Semoga penelitian ini bisa memberikan manfaat bagi para pembacanya.

Kota Malang, 30 Juni 2022

Peneliti

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
MOTTO .....	v
PERSEMBAHAN .....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI .....	ix
DAFTAR TABEL .....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xiv
ABSTRAK.....	xv
ABSTRACT .....	xvi
مستخلص البحث .....	xvii
BAB I PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah.....	7
C. Tujuan Penelitian.....	8
D. Manfaat Penelitian .....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....	9
A. Model Teori Perilaku Terencana .....	9
B. Intensi Perilaku Alter Ego .....	13
1. Pengertian Intensi.....	13
2. Faktor Penentu Intensi.....	13
3. Pengertian Perilaku Alter Ego.....	14
4. Intensi Perilaku Alter Ego.....	14
C. Sikap Terhadap Perilaku.....	15
1. Pengertian Sikap.....	15
2. Aspek Sikap .....	16
D. Norma Subjektif .....	16

1. Pengertian Norma Subjektif.....	16
2. Aspek Norma Subjektif.....	18
E. Persepsi kontrol perilaku .....	18
1. Pengertian Persepsi kontrol perilaku.....	18
2. Aspek Persepsi kontrol perilaku .....	19
F. Akun Alter di Twitter .....	20
1. Pengertian Twitter.....	20
2. Jenis Akun di Twitter .....	20
G. Kerangka Berpikir .....	22
H. Hipotesis .....	23
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>24</b>
A. Desain Penelitian .....	24
B. Identifikasi Variabel .....	24
1. Variabel Independen .....	24
2. Variabel Dependen.....	24
C. Definisi Operasional .....	25
1. Intensi Perilaku Alter Ego.....	25
2. Sikap Terhadap Perilaku .....	25
3. Norma Subjektif .....	25
4. Persepsi kontrol perilaku.....	25
D. Populasi dan Sampel.....	25
1. Populasi Penelitian .....	25
2. Sampel Penelitian.....	26
E. Metode Pengumpulan Data .....	27
F. Tahap Penyusunan Instrumen Penelitian.....	28
1. Mendefinisikan Perilaku .....	28
2. Tahap Elisitasi.....	29
3. Penyusunan Item .....	32
4. Instrumen Penelitian.....	33
G. Validitas dan Reliabilitas.....	34
1. Validitas .....	34
2. Reliabilitas .....	37

H. Analisis Data.....	39
1. Uji Asumsi .....	39
2. Uji hipotesis .....	39
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....	41
A. Pelaksanaan Penelitian .....	41
1. Waktu dan Tempat .....	41
2. Prosedur Pengambilan Data .....	41
3. Hambatan Penelitian .....	41
B. Hasil Penelitian.....	42
1. Deskriptif Subjek Penelitian .....	42
2. Uji Asumsi .....	45
C. Pembahasan .....	51
1. Pengaruh Sikap, Norma Subjektif, dan Persepsi Kontrol Perilaku Terhadap Intensi Perilaku Alter Ego.....	51
2. Pengaruh Sikap Terhadap Intensi Perilaku Alter Ego.....	53
3. Pengaruh Norma Subjektif Terhadap Intensi Perilaku Alter Ego.....	55
4. Pengaruh Persepsi Kontrol Perilaku Terhadap Intensi Perilaku Alter Ego .....	57
BAB V PENUTUP .....	59
A. Kesimpulan.....	59
B. Saran .....	59
DAFTAR PUSTAKA.....	61
LAMPIRAN .....	65

## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Hasil tahap elisitasi terhadap 30 responden.....	30
Tabel 3.2	Blueprint skala sikap.....	33
Tabel 3.3	Blueprint skala norma subjektif.....	33
Tabel 3.4	Blueprint skala persepsi kontrol perilaku.....	34
Tabel 3.5	Blueprint skala intensi.....	34
Tabel 3.6	Expert judgement skala penelitian.....	35
Tabel 3.7	Hasil uji validitas skala sikap.....	36
Tabel 3.8	Hasil uji validitas skala norma subjektif.....	37
Tabel 3.9	Hasil uji validitas skala sikap persepsi kontrol perilaku.....	37
Tabel 3.10	Hasil uji validitas skala sikap intensi perilaku alter ego.....	37
Tabel 3.11	Kriteria evaluasi reliabilitas.....	38
Tabel 3.12	Hasil uji reliabilitas.....	38
Tabel 4.1	Frekuensi berdasarkan jenis kelamin.....	42
Tabel 4.2	Frekuensi berdasarkan rentang usia.....	43
Tabel 4.3	Frekuensi berdasarkan lama bermain akun alter.....	43
Tabel 4.4	Frekuensi bermain akun alter per minggu.....	44
Tabel 4.5	Hasil uji one sample kolmogorov-smirnov.....	45
Tabel 4.6	Hasil uji linearitas sikap terhadap intensi perilaku alter ego.....	46
Tabel 4.7	Hasil uji linearitas norma subjektif terhadap intensi perilaku alter ego.....	46
Tabel 4.8	Hasil uji linearitas persepsi kontrol perilaku terhadap intensi perilaku alter ego.....	47
Tabel 4.9	Hasil R Square.....	48
Tabel 4.10	Hasil uji F.....	48
Tabel 4.11	Hasil uji t.....	49
Tabel 4.12	Koefisien untuk mencari sumbangan efektif.....	50
Tabel 4.13	Korelasi untuk mencari sumbangan efektif.....	50
Tabel 4.14	Besaran sumbangan efektif.....	51

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Konsep model teori perilaku terencana.....	10
Gambar 2.2	Alur pemikiran teori perilaku terencana.....	23
Gambar 4.1	Faktor latar belakang teori perilaku terencana.....	52

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner pertanyaan terbuka tahap elisitasi.....	65
Lampiran 2	Kuesioner skala akhir.....	66
Lampiran 3	Distribusi nilai $r_{tabel}$ signifikansi 5% dan 1%.....	71
Lampiran 4	Hasil uji validitas dan reliabilitas skala terhadap 40 responden.....	72
Lampiran 5	Hasil uji validitas dan reliabilitas skala terhadap 240 responden.....	77
Lampiran 6	Tabel Koefisien Aiken's V.....	82

## ABSTRAK

Asfiyanto, Hafid. (2022). Intensi Perilaku Alter Ego pada Pengguna Akun Alter di Twitter. (Skripsi). Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang

Dosen Pembimbing: Hilda Halida, M.Psi, Psikolog

---

Perilaku alter ego tercermin melalui perilaku bermain akun alter pada pengguna akun alter di Twitter. Akibat kebebasan yang dimiliki, tidak jarang akun ini mengekspresikan hal-hal yang bersifat tabu dan negatif, yang akan membuat lingkungan media sosial menjadi tidak sehat. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor pembentuk perilaku alter ego dan juga seberapa besar pengaruh faktor tersebut menggunakan model teori perilaku terencana.

Penelitian ini menggunakan jenis pendekatan kuantitatif. Sampel diambil sebanyak 240 orang pengguna akun alter ego di Twitter. Instrumen yang digunakan adalah skala sikap, norma subjektif, persepsi kontrol perilaku, dan intensi berdasarkan model teori perilaku terencana. Analisis data yang digunakan menggunakan regresi linear berganda.

Hasil analisis membuktikan terdapat pengaruh yang signifikan antara sikap, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku terhadap intensi perilaku alter ego pada pengguna akun alter di Twitter dengan persentase sebesar 69,3%, dan sisanya sebesar 30,7% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dikaji dalam penelitian ini. Kemudian secara parsial, variabel sikap memberikan pengaruh sebesar 11.89%, variabel norma subjektif tidak memberikan pengaruh, dan variabel persepsi kontrol perilaku memberikan pengaruh sebesar 57.31% terhadap intensi perilaku alter ego.

**Kata kunci:** alter ego, akun alter, teori perilaku terencana, Twitter

## ABSTRACT

Asfiyanto, Hafid. (2022). Alter Ego Behavioral Intentions on Alter Account Users on Twitter. (Skripsi). Maulana Malik Ibrahim State Islamic University of Malang

Supervisor: Hilda Halida, M.Psi, Psikolog

---

The playing of alter-accounts by users on Twitter is a reflection of alter ego behavior. Due to the freedom they enjoy, it is common for this account to post offensive and derogatory content, which will harm the social media landscape. This study aims to learning how the theory of planned behavior can be used to determine the factors that influence the alter ego's behavior intentions and how much of an impact they have.

This study employs a quantitative methodology. The sample used was taken from 240 alter account users on Twitter. The attitude scale, subjective norms, perceived behavioral control, and intentions based on the planned behavior theory make up the instrument used. Multiple linear regression analysis is used to analyze the data.

The analysis's findings indicate that attitudes, subjective norms, and perceived behavioral control have a significant impact on alter ego behavior intentions on Twitter users who use an alter ego, with a percentage of 69.3%; the remaining 30.7% is influenced by other factors not a subject of this research. Then, the attitude variable has a partial influence of 11.89%, the subjective norm variable has no effect, and the perceived behavioral control variable has a partial influence of 57.31% on the behavioral intentions of the alter ego.

**Keywords:** alter-ego, alter-account, theory of planned behavior, Twitter

## مستخلص البحث

أسفيريانتو، حافظ. (2022). تغيير النوايا السلوكية للأنا على مستخدمي الحسابات البديلة على تويتر. (البحث الجامعي). جامعة مولانا مالك إبراهيم الإسلامية الحكومية مالانج.

المشرفة : هيلدا هاليدا ، ماجستير ، أخصائية نفسية

ينعكس تغيير سلوك الأنا من خلال تغيير سلوك تشغيل الحساب عند تغيير مستخدمي الحساب على تويتر. نظرًا للحرية التي يتمتعون بها ، فليس من غير المألوف أن يقوم هذا الحساب بالتعبير عن المحرمات والأشياء السلبية ، مما يجعل بيئة وسائل التواصل الاجتماعي غير صحية. يهدف هذا البحث إلى تحديد العوامل التي تشكل سلوك الأنا المتغيرة وأيضًا مدى تأثير هذه العوامل باستخدام نظرية السلوك المخطط.

إستخدم هذا البحث نهجًا كميًا. تم أخذ العينات بما يصل إلى 240 من مستخدمي حساب الأنا على تويتر. الأداة المستخدمة هي مقياس الموقف والمعايير الذاتية والتحكم السلوكي المدرك والنوايا بناءً على نظرية السلوك المخطط. تحليل البيانات المستخدمة باستخدام تحليل الانحدار الخطي المتعدد.

تثبت نتائج التحليل أن هناك تأثيرًا كبيرًا بين المواقف والمعايير الذاتية وتصورات التحكم السلوكي في تغيير النوايا السلوكية للأنا على مستخدمي الحسابات المتغيرة على تويتر بنسبة 69.3% ، والباقي 30.7% يتأثر آخريين بعوامل التي لم يتم دراستها في هذا البحث. ثم جزئيًا ، ليس للمتغير المعياري الذاتي أي تأثير ، ومتغير الموقف له تأثير 11.89% ، ومتغير إدراك التحكم السلوكي له تأثير 57.31% على النوايا السلوكية للأنا المتغيرة.

**الكلمات المفتاحية:** تغيير الأنا ، تعديل الحساب ، نظرية السلوك المخطط ، تويتر

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Eksistensi akun anonim di kalangan pengguna media sosial Twitter bukanlah suatu hal yang baru. Belakangan ini akun-akun tersebut semakin banyak bermunculan dan menarik perhatian. Hal ini wajar, mengingat pengguna tidak diwajibkan menggunakan nama asli mereka (Twitter Safety, 2021). Dengan adanya anonimitas, Twitter beranggapan pengguna bisa dengan bebas dan aman untuk melakukan ekspresi diri. Twitter memegang prinsip bahwa kepercayaan didasarkan pada apa yang pengguna lakukan, bukan kepada siapa pengguna tersebut. Anonimitas membantu penggunanya bisa mengekspresikan diri secara utuh, terutama di tempat-tempat di mana mereka merasa tidak aman.

Media sosial mulai berkembang, saat ini tidak hanya digunakan sebagai alat untuk berinteraksi, tetapi juga sebagai alat untuk mengekspresikan diri. Terhitung pada bulan Januari 2022, terdapat 191.4 juta pengguna media sosial aktif di Indonesia, yang merupakan 68.9% dari total populasi sebesar 277.7 juta (Kemp, 2022). Pada bulan Maret 2022, media sosial Twitter yang sering diakses oleh seluruh masyarakat, menempati posisi ke-5 website yang paling banyak diakses di Indonesia (Similarweb, 2022). Twitter merupakan layanan media sosial terbuka yang menjadi rumah bagi masyarakat dunia dengan beragam perspektif, ide, dan informasi. Dengan memanfaatkan media sosial ini, pengguna bisa mendapatkan berbagai informasi seputar berita terkini, melacak tren, serta menemukan topik hangat yang sedang dibicarakan oleh orang lain.

Secara umum, terdapat dua kategori pengguna yang dapat ditemui di media sosial Twitter, yaitu akun asli, dan akun palsu. Pengguna akun asli secara umum menampilkan identitas foto profil dan nama asli sesuai dengan apa yang diperlihatkan di dunia nyata. Dalam hal ini, pengguna akun asli merepresentasikan diri sebagai diri mereka pribadi. Di satu sisi, belum ada ketetapan pasti mengenai apa saja jenis-jenis pengguna akun palsu yang ada di dalam media sosial Twitter. Namun, beberapa dari mereka diantaranya adalah:

*fan account* (akun penggemar), *roleplayer account* (akun bermain peran), dan *alter account* (akun alter).

Akun alter merupakan akun anonim, yang mana pengguna akun tersebut merepresentasikan diri sebagai dirinya sendiri, namun yang ditunjukkan adalah sisi lain dari kepribadian dirinya dan berbeda dari apa yang telah diketahui oleh orang lain di kehidupan nyata. Piamonte, Quintos, & Iwayama (2020) mendefinisikan komunitas alter sebagai sekumpulan pengguna yang mengakses media sosial Twitter dengan menggunakan akun yang berbeda dari akun yang biasa diketahui oleh teman, kolega, atau kerabat mereka. Akun yang terlibat dalam komunitas ini merupakan akun anonim yang menampilkan kepribadian alternatif atau sisi lain dari seseorang. Identitas pada akun alter dengan akun utama pengguna mempunyai perbedaan yang signifikan. Akun utama selalu memperlihatkan kesan yang baik untuk ditampilkan ke publik, akan tetapi pada akun alter, pengguna memperlihatkan diri mereka yang sesungguhnya (Seftian, 2020). Akun alter biasanya tidak menggunakan identitas asli. Namun, kadangkala pengguna masih menggunakan foto profil pribadi dengan memberikan efek blur atau stiker pada bagian wajah (Saifulloh & Ernanda, 2018). Dari hal tersebut dapat disimpulkan bahwa akun alter merupakan tempat untuk menunjukkan kepribadian seseorang yang tidak dapat diperlihatkan kepada publik, baik di akun media sosial utama pengguna, maupun di kehidupan nyata. Ekspresi diri yang muncul pada pengguna akun alter adalah jati diri pengguna yang sebenarnya. Akun utama dan kehidupan nyata dari pengguna yang memiliki akun alter bisa dikatakan sebagai panggung depan, sedangkan akun alter itu sendiri bisa dikatakan sebagai panggung belakang. Teori ini dalam pandangan sosiologi dan psikologi dikenal dengan istilah dramaturgi.

Dramaturgi merupakan teori yang diungkapkan oleh Goffman (1956) melalui buku *The Presentation of Self in Everyday Life*. Seseorang mempunyai apa yang disebut sebagai panggung depan dan panggung belakang. Saat individu melakukan interaksi, ia akan menentukan peran mana yang ingin dijalankan. Kehidupan ini tampak seperti sebuah teater. Setiap individu terlihat

seperti aktor yang sedang memainkan peran. Ketika individu melakukan interaksi di depan khalayak umum, yang diperlihatkan adalah panggung depan dirinya. Panggung depan adalah segala sesuatu yang telah diatur oleh individu dengan tujuan untuk mendapatkan impresi yang baik di mata masyarakat. Adapun hal subjektif yang menurutnya kurang baik, akan disembunyikan di panggung belakang. Bersamaan dengan definisi ini, segala sesuatu yang ditampilkan di akun media sosial utama maupun kehidupan nyata dari seorang pengguna akun alter adalah panggung depan dari individu tersebut. Adapun akun alter adalah panggung belakang dirinya.

Hasil penelitian Dewi dan Janitra (2018) yang meneliti praktik dramaturgi akun alter di media sosial Instagram menyimpulkan bahwa akun alter biasa digunakan untuk menampilkan sosok lain dari pengguna, bisa juga digunakan sebagai buku harian personal, sebagai tempat untuk berkomentar hal negatif kepada beberapa artis, dan juga untuk kepentingan bisnis. Latar belakang individu mempunyai akun alter adalah sebagai bagian dari panggung belakang dirinya. Adapun akun utama pengguna biasanya memperlihatkan nama asli serta foto-foto dan *caption* dengan tujuan untuk pencitraan. Hasil penelitian Kirana dan Pribadi (2021) juga memperlihatkan bahwa kedua pengguna menggunakan akun alter sebagai tempat untuk menunjukkan jati diri yang tidak dapat ditunjukkan di dunia nyata, yaitu jati diri yang suka menampilkan foto sensual dengan berpakaian terbuka. Namun, karena terhalang oleh norma masyarakat, di dalam kehidupan nyata, pengguna memiliki tutur kata yang baik, berperilaku sopan, menutup aurat, serta berpakaian rapi.

Pada media sosial Twitter, pengguna dapat dengan bebas membuat akun secara anonim (Twitter Safety, 2021). Media sosial ini juga melindungi penggunanya dalam hal kebebasan berekspresi, sehingga platform inilah yang paling banyak digunakan oleh masyarakat alter untuk melakukan ekspresi diri. Bagi para penggunanya, akun alter menawarkan pelarian diri dari masyarakat yang lebih menghakimi preferensi seksual, orientasi, ketuhanan, dan semua hal-hal lain yang dianggap tabu. Dalam penelitian Siwi dan Febriana (2022) salah satu pengguna akun alter memilih platform media sosial Twitter karena tingkat

proteksi atas hal-hal sensitif yang dimiliki cukup rendah dibandingkan dengan media sosial lainnya. Selain itu, salah satu pengguna dalam penelitian tersebut juga menyatakan bahwa mayoritas pengguna media sosial Twitter cukup toleran terhadap hal-hal yang bersifat tabu untuk dibicarakan di kehidupan nyata.

Akun alter adalah akun yang dapat dioperasikan sebagai mana pengguna menginginkannya, terbebas dari semua norma masyarakat yang berlaku. Dampak dari keinginan akan kebebasan inilah yang dikhawatirkan dapat membuat pengguna terjerumus ke dalam hal-hal negatif. Walaupun pengguna dapat mengekspresikan diri secara lebih bebas tanpa batas akibat efek *borderless* dari internet, bukan berarti pengguna dapat melakukan apapun yang dikehendakinya. Seperti halnya dunia nyata yang mempunyai norma dan etika, dunia maya juga memiliki apa yang disebut sebagai netiket. Netiket (*Netiquette*) menurut Scheuermann & Taylor (1997) berasal dari penggabungan kata *network* dan etiket (etika). Netiket merupakan pedoman mengenai bagaimana cara yang sopan dalam melakukan interaksi di dunia maya. Netiket bukanlah aturan yang mengikat secara hukum, tetapi lebih kepada aturan etika yang direkomendasikan. Tidak ada standar mengenai bentuk peraturan netiket. Sehingga menurut Kusumastuti dkk (2021) dalam modul terbitan Kementerian Komunikasi dan Informatika menyatakan bahwa sekalipun individu berada di dunia digital, individu tetap wajib mengikuti aturan norma seperti apa yang ada di dalam kehidupan nyata. Apabila masyarakat mengabaikan etika di internet, maka masyarakat dapat terpapar konten-konten negatif, seperti konten pornografi, ujaran kebencian, penipuan, kejahatan seksual, prostitusi, dan lain-lain.

Terlepas dari sisi baik dan buruk, kebebasan berekspresi akun alter dapat digunakan untuk apa saja yang pengguna inginkan. Sebagai contoh, komunitas alter yang terpopuler di negara Filipina adalah komunitas alter gay (Cao, 2021). Akun alter di media sosial Twitter merupakan alat bagi masyarakat gay di Filipina untuk bisa melakukan ekspresi diri serta mencari kepuasan secara seksual. Komunitas alter memberikan ruang berekspresi tanpa adanya rasa khawatir akan konsekuensi di kehidupan sosial mereka apabila akun ini

diketahui oleh orang-orang yang mengenal mereka di luar Internet (Piamonte et al., 2020). Di Indonesia sendiri, bentuk-bentuk kegiatan yang paling sering diekspresikan oleh pengguna akun alter adalah hal-hal yang belum dapat diterima secara wajar oleh masyarakat Indonesia. Pengguna akun alter @juliebabys dalam penelitian Dinillah (2021) merupakan salah satu contoh dimana akun alter menyalurkan kegemarannya dalam memperjualbelikan konten pornografi pribadi atas dasar dianggap menguntungkan secara finansial. Tujuh informan pengguna alter ego dalam penelitian Saifulloh dan Ernanda (2018) mengekspresikan apa saja yang tidak dapat diaktualisasikan di dunia nyata. Informan mengekspresikan secara bebas hal-hal pribadi yang bersifat sensual. Hasil penelitian Wijaya (2022) menyatakan bahwa lima mahasiswa berorientasi gay di daerah Yogyakarta merasa lega dan nyaman setelah mengungkapkan semua isi pikiran melalui akun alter. Bagi mahasiswa tersebut, akun alter dapat memberikan fasilitas untuk mengungkapkan hal-hal yang selama ini dipendam.

Memang, tidak semua pengguna akun alter adalah akun alter yang negatif. Akun-akun positif biasanya digunakan oleh masyarakat alter sebagai ladang untuk menyalurkan hobi, misalnya hobi bermain musik, menari, membuat karangan cerita, hingga digunakan sebagai tempat untuk berdakwah. Akan tetapi, tidak jarang peneliti juga menemukan tempat-tempat akun alter negatif berkumpul (yang kemudian dikenal dengan istilah *base*). Di dalam media sosial Twitter, pengguna *base* ini seringkali mempromosikan hal-hal yang bersifat negatif. Contoh *base-base* akun alter terkenal yang pernah peneliti temukan untuk mempromosikan hal-hal negatif adalah *base* EastJavaAlter, AlterClubID, SupremeAlterIDN, dan alvertimebase. Padahal, sebagai pengguna media sosial yang bijak, sudah sepatutnya pengguna sadar akan etika berperilaku di internet. Di satu sisi, pengguna menginginkan adanya kebebasan untuk melakukan ekspresi diri. Namun, sisi lain, pengguna juga harus mematuhi norma yang berlaku di kehidupan nyata.

Perilaku manusia secara bersama-sama memiliki sisi positif dan negatif. Sifat negatif tentu dapat merusak berbagai aspek kehidupan, seperti adanya

masalah terkait kesehatan, produktivitas, rasisme, keselamatan, dan lingkungan sekitar. Perilaku merokok, diet yang tidak sehat, dan jarang berolahraga dapat menimbulkan banyak masalah kesehatan. Tidak hanya sampai di situ, apabila seseorang ingin melakukan bentuk intervensi yang efektif untuk menanggulangi perilaku tersebut, tentu tidak akan dapat diraih apabila seseorang belum memahami faktor yang menjadi determinan dari perilaku tersebut.

Terdapat banyak teori yang dapat menerangkan faktor pembentuk perilaku manusia. Dalam penelitian ini, peneliti mengambil sudut pandang model teori perilaku terencana. Model teori perilaku terencana berhasil menjelaskan dan memprediksi perilaku dalam banyak domain perilaku, mulai dari aktivitas fisik, penggunaan narkoba, seks yang lebih aman, hingga perilaku konsumen (Ajzen, 2020). Berdasarkan model teori perilaku terencana, intensi merupakan penentu dari munculnya suatu perilaku (Ajzen & Fishbein, 1977). Intensi adalah seberapa besar usaha individu untuk melakukan perilaku tertentu. Dapat dikatakan pula bahwa intensi adalah indikasi seberapa kuat individu mencoba melakukan perilaku (Ajzen, 1991). Secara konseptual, terdapat tiga faktor yang dapat menentukan intensi. Pertama adalah sikap, yaitu sejauh mana individu mempunyai evaluasi menyukai atau tidak menyukai suatu perilaku yang menjadi target. Kedua adalah norma subjektif, sejauh mana keyakinan individu perihal tekanan sosial untuk melakukan atau tidak melakukan perilaku. Ketiga adalah persepsi kontrol perilaku, yaitu sejauh mana keyakinan individu mengenai kemudahan atau kesulitan dalam melakukan perilaku (Ajzen, 1991). Lebih lanjut, menurut Ajzen (2013) sikap dibentuk oleh adanya keyakinan perilaku, norma subjektif dibentuk oleh keyakinan normatif, dan persepsi kontrol perilaku dibentuk oleh adanya keyakinan kontrol.

Berdasarkan pemaparan di atas, intensi perilaku alter ego dibentuk melalui tiga keyakinan. Pertama adalah keyakinan perihal konsekuensi positif atau negatif apabila individu melakukan perilaku alter ego. Contoh konsekuensi positif, salah satunya dijelaskan melalui hasil penelitian Kirana dan Pribadi (2021) dimana subjek pengguna akun alter bisa dengan bebas menunjukkan jati diri yang sebenarnya yang tidak dapat diwujudkan di dunia nyata. Sedangkan

konsekuensi negatif dari melakukan perilaku alter ego adalah dapat menabrak norma masyarakat. Kemudian kedua, perilaku alter ego dipengaruhi oleh keyakinan individu mengenai harapan orang lain yang dianggap penting baginya terkait perilaku tersebut. Hasil penelitian Maulidhina (2019) menunjukkan subjek pengguna akun alter percaya terdapat orang lain yang dianggap penting bagi subjek dalam melakukan perilaku alter ego, yaitu berupa teman yang merupakan pengguna akun *roleplayers* yang mendukung subjek untuk bermain akun alter di Twitter. Kemudian ketiga, perilaku alter ego juga dipengaruhi oleh keyakinan individu mengenai faktor atau kondisi yang mempermudah atau mempersulit individu dalam memunculkan perilaku alter ego.

Hingga saat ini belum terdapat penelitian terdahulu mengenai intensi perilaku alter ego pada pengguna akun alter di Twitter berdasarkan model teori perilaku terencana. Selain itu, penelitian terkait perilaku alter ego di Indonesia juga masih terbatas. Sebagian besar penelitian terdahulu lebih fokus pada jumlah sampel subjek yang lebih kecil serta bersifat kualitatif. Berdasarkan uraian tersebut di atas, penting bagi peneliti untuk mengangkat permasalahan ini. Peneliti ingin mengetahui seberapa besar intensi pengguna akun alter untuk menampilkan perilaku alter ego yang dipengaruhi oleh sikap terhadap perilaku, norma subjektif, serta apa saja yang mempermudah dan mempersulit pengguna untuk melakukan perilaku tersebut. Maka dari itu, peneliti menetapkan judul penelitian ini sebagai "Intensi perilaku alter ego pada pengguna akun alter di Twitter".

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah peneliti paparkan, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah sikap, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku mempengaruhi intensi perilaku alter ego pada pengguna akun alter di Twitter?
2. Apakah sikap mempengaruhi intensi perilaku alter ego pada pengguna akun alter di Twitter?

3. Apakah norma subjektif mempengaruhi intensi perilaku alter ego pada pengguna akun alter di Twitter?
4. Apakah persepsi kontrol perilaku mempengaruhi intensi perilaku alter ego pada pengguna akun alter di Twitter?

### **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang telah peneliti paparkan, tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh sikap, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku terhadap intensi perilaku alter ego pada pengguna akun alter di Twitter.
2. Untuk mengetahui pengaruh sikap terhadap intensi perilaku alter ego pada pengguna akun alter di Twitter.
3. Untuk mengetahui pengaruh norma subjektif terhadap intensi perilaku alter ego pada pengguna akun alter di Twitter.
4. Untuk mengetahui pengaruh persepsi kontrol perilaku terhadap intensi perilaku alter ego pada pengguna akun alter di Twitter.

### **D. Manfaat Penelitian**

1. Secara Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan ilmiah kepada pembaca mengenai perilaku alter ego, serta berbagai faktor yang menjadi penentu pada perilaku tersebut.

2. Secara Praktis

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan pemahaman kepada pembaca mengenai sejauh mana pengaruh sikap, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku terhadap intensi perilaku alter ego pada pengguna akun alter di Twitter.

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **A. Model Teori Perilaku Terencana**

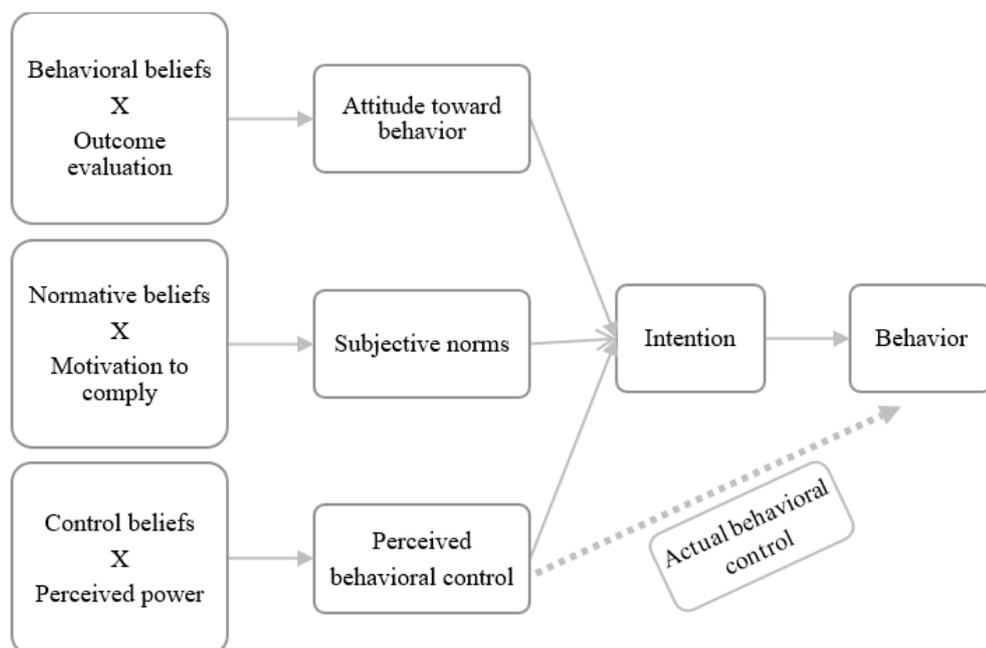
Model teori perilaku terencana merupakan penyempurnaan dari model teori tindakan beralasan (Ajzen, 1991). Teori tindakan beralasan dipelopori oleh Martin Fishbein sebagai kerangka konseptual yang dominan untuk menjelaskan, memprediksi, dan mengubah perilaku manusia (Ajzen, 2012). Teori tindakan beralasan dilandaskan oleh asumsi bahwa individu pada umumnya berperilaku dengan cara yang masuk akal. Individu menimbang informasi yang ada, dan secara eksplisit maupun implisit mempertimbangkan dampak keterlibatan dari tindakan dirinya (Ajzen, 1985).

Menurut teori tindakan beralasan, suatu perilaku tunggal dan spesifik ditentukan oleh adanya intensi perilaku (Ajzen & Fishbein, 1977). Adapun intensi perilaku adalah fungsi dari dua determinan, yaitu sikap, dan norma subjektif (Ajzen & Fishbein, 1970). Sikap merupakan faktor personal, yaitu evaluasi mengenai apakah individu mendukung atau tidak mendukung dalam melakukan perilaku. Determinan kedua, norma subjektif, merupakan keyakinan individu mengenai adanya tekanan sosial yang diberikan kepadanya untuk melakukan atau tidak melakukan perilaku. Secara umum, menurut Ajzen (1985) individu yang mempunyai intensi untuk memunculkan suatu perilaku adalah apabila individu memiliki evaluasi sikap yang mendukung, dan ketika individu percaya bahwa orang lain yang dianggap penting baginya berpikir bahwa dirinya harus melakukan perilaku tersebut.

Adapun pengembangan dari teori tindakan beralasan, yaitu teori perilaku terencana, menawarkan prediksi intensi yang lebih akurat (Ajzen & Madden, 1986). Dalam model teori perilaku terencana, perilaku individu dilandasi oleh tiga macam keyakinan. Pertama adalah keyakinan perilaku, yang kemudian menghasilkan sikap mendukung atau tidak mendukung terhadap perilaku. Kedua adalah keyakinan normatif, yang kemudian menghasilkan norma subjektif, yaitu adanya tekanan sosial yang dirasakan individu terhadap

perilaku. Ketiga adalah keyakinan kontrol, yang kemudian menghasilkan persepsi kontrol perilaku, yaitu adanya faktor atau kondisi yang bisa mempermudah atau mempersulit dalam melakukan perilaku (Ajzen, 2013). Dari hal tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa yang membedakan antara model teori tindakan beralasan dengan model teori perilaku terencana adalah adanya tambahan faktor ketiga yang mempengaruhi intensi, yaitu variabel persepsi kontrol perilaku. Secara umum, menurut Ajzen (1991) semakin positif sikap dan norma subjektif sehubungan dengan perilaku yang menjadi target, dan semakin besar persepsi kontrol perilaku, maka semakin kuat intensi individu untuk memunculkan perilaku tersebut. Namun, dalam beberapa penerapannya, mungkin bisa jadi ditemukan hanya sikap yang memiliki pengaruh signifikan terhadap intensi. Pada beberapa penerapan lainnya bisa saja sikap dan persepsi kontrol perilaku yang mampu menjelaskan intensi, atau bahkan bisa jadi bahkan ketiga-tiganya.

Gambar 2.1  
Konsep model teori perilaku terencana



Dalam model teori perilaku terencana, persepsi kontrol perilaku dimasukkan sebagai variabel yang mempunyai efek langsung dan tidak

langsung pada perilaku melalui intensi. Efek tidak langsung didasarkan pada asumsi bahwa persepsi kontrol perilaku memiliki keterkaitan motivasional terhadap intensi. Di saat individu mempersepsikan bahwa dirinya hanya mempunyai sedikit kendali (tidak mempunyai kesempatan maupun sumber daya) untuk melakukan perilaku (persepsi kontrol perilakunya rendah), mungkin tidak akan bisa membentuk intensi yang kuat untuk memunculkan perilaku, walaupun individu memiliki sikap yang positif dan norma subjektif yang tinggi (Ajzen et al., 1992). Adapun efek langsung didasarkan bahwa perilaku yang berhasil dimunculkan tidak hanya bergantung pada intensi yang mendukung untuk melakukannya, tetapi juga bergantung kepada kontrol yang cukup. Terdapat variabel *actual behavioral control* atau kontrol perilaku aktual, yaitu sejauh mana individu mempunyai sumber daya, keterampilan, serta prasyarat lain yang diperlukan untuk bisa memunculkan perilaku yang menjadi target. Meskipun intensi individu tergolong tinggi, apabila individu mengalami hambatan pada kontrol perilaku aktual (tidak memiliki keterampilan, sumber daya, dan sebagainya), individu tetap tidak akan bisa memunculkan perilaku yang dikehendaki.

Terdapat faktor internal dan eksternal bagi individu untuk bisa berhasil memunculkan perilaku yang dikehendaki (Ajzen, 2005). Adapun faktor internal yang dimaksud adalah:

1. Informasi, keterampilan, dan kemampuan

Seseorang mungkin memiliki intensi untuk memunculkan perilaku tertentu. Namun, setelah mencoba melakukannya, ia sadar bahwa ia tidak memiliki informasi, keterampilan, atau kemampuan yang cukup untuk melakukannya. Sebagai contoh, terdapat seorang ayah yang mempunyai intensi untuk membantu anaknya dalam mengerjakan tugas matematika. Tetapi, ternyata ia gagal dalam upayanya mencoba, akibat tidak memiliki pengetahuan yang cukup mengenai keilmuan matematika.

2. Emosi dan Keterpaksaan

Beberapa perilaku kadangkala berada di luar kendali individu. Seseorang yang mencuri uang kotak amal (berdasarkan pertimbangan antara

memilih mencuri untuk bisa makan atau mati) akibat keterpaksaan, bisa jadi sebenarnya orang tersebut mempunyai sikap yang negatif terhadap perilaku mencuri (sikap yang tidak mendukung terhadap perilaku), serta percaya bahwa orang lain tidak ingin ia melakukannya (norma subjektif yang rendah). Namun, karena individu berada di dalam tekanan stres (emosi), maka individu akan tetap memunculkan perilaku mencuri, walau intensinya berada dalam kategori rendah.

Selain itu, kontrol seseorang atas keberhasilan munculnya perilaku juga didasarkan pada faktor situasional di luar individu. Faktor-faktor ini menentukan sejauh mana keadaan bisa memfasilitasi atau mengganggu kinerja perilaku. Adapun faktor eksternal yang dimaksud adalah:

1. Peluang

Faktor insidental turut mempengaruhi keberhasilan dalam memunculkan perilaku. Seseorang mungkin memiliki intensi untuk menonton film tertentu di bioskop. Namun, akibat seluruh tiket bioskop pada hari itu terjual habis, maka intensi individu untuk menonton tidak akan dapat dilakukan.

2. Ketergantungan pada orang lain

Seringkali intensi seseorang digagalkan akibat perilaku yang ingin dimunculkan memiliki ketergantungan pada tindakan orang lain. Seorang anak yang ingin mendaftar bimbel di lembaga kursus tertentu, mempunyai sikap yang mendukung terhadap perilaku tersebut, dan percaya bahwa si ibu mendukung ia untuk melakukannya. Namun, akibat si ibu yang saat ini sedang tidak memiliki uang, maka anak tersebut tidak akan bisa melaksanakan intensinya untuk mendaftar bimbel di lembaga tersebut.

Berdasarkan penjelasan di atas dapat diambil kesimpulan bahwa terdapat banyak faktor yang bisa mengganggu kinerja intensi dan perilaku. Penjelasan di atas juga secara jelas menerangkan bahwa pengukuran terhadap intensi hanya bisa dilakukan apabila perilaku tersebut berada di dalam kendali individu (*volitional control*).

Secara kolektif, faktor internal dan eksternal bisa membentuk kontrol perilaku aktual. Namun, hingga kini belum terdapat alat ukur yang dapat mengukur kontrol aktual atas suatu perilaku. Meskipun beberapa aspek kontrol aktual dapat diukur, akan tetapi pada sebagian besar kasus, belum terdapat informasi yang cukup mengenai faktor yang relevan yang dapat memfasilitasi atau menghambat kinerja perilaku yang ingin dimunculkan. Namun, setidaknya, terdapat kemungkinan bahwa persepsi seseorang mengenai sejauh mana mereka memiliki kendali atas suatu perilaku, secara akurat dapat mencerminkan kontrol aktual diri mereka (Ajzen, 2005). Ketika pengetahuan mengenai kontrol aktual perilaku terbatas, persepsi kontrol perilaku dapat digunakan sebagai proksi untuk melakukan prediksi intensi perilaku, dengan asumsi bahwa persepsi kontrol perilaku adalah cerminan yang baik untuk mengetahui kontrol aktual seseorang (Ajzen, 2020).

## **B. Intensi Perilaku Alter Ego**

### **1. Pengertian Intensi**

Menurut Ajzen (1991) intensi adalah indikasi seberapa besar usaha yang diberikan, atau seberapa kuat individu mencoba memunculkan perilaku. Fishbein dan Ajzen (2010) menyatakan bahwa intensi adalah kesiapan individu untuk melakukan suatu perilaku.

Dalam model teori perilaku terencana, sebagai aturan umum, semakin tinggi intensi individu untuk melakukan perilaku, maka semakin kuat kemungkinan perilaku itu dimunculkan. Namun, perlu diketahui bahwa intensi seseorang dapat diwujudkan ke dalam bentuk perilaku nyata, hanya apabila perilaku yang bersangkutan berada di bawah kendali individu. Dalam pengertian lain, yaitu apabila individu dapat memutuskan untuk melakukan atau tidak melakukan perilaku yang ditargetkan (Ajzen, 1991).

### **2. Faktor Penentu Intensi**

Teori perilaku terencana menyatakan terdapat tiga determinan yang dapat menentukan intensi seseorang (Ajzen, 1991):

- a. Sikap terhadap perilaku, didefinisikan sebagai seberapa besar individu memiliki penilaian yang mendukung atau tidak mendukung pada perilaku.
- b. Norma subjektif, didefinisikan sebagai adanya keyakinan tekanan sosial dalam memunculkan atau tidak memunculkan perilaku.
- c. Persepsi kontrol perilaku, didefinisikan sebagai keyakinan individu perihal faktor atau kondisi yang mempermudah atau mempersulit individu dalam memunculkan perilaku.

### **3. Pengertian Perilaku Alter Ego**

Alter ego merupakan identitas kedua dari seseorang yang ada secara metaforis sebagai pengganti dirinya, dengan karakteristik yang berbeda (American Psychological Association, n.d.). Oxford Learner's Dictionaries (2000) mendefinisikan alter ego sebagai individu yang memiliki kepribadian berbeda dari kepribadian asli, dan kepribadian yang beda tersebut bertindak sebagai sisi lain dari kepribadian dirinya. Alter ego adalah karakter lain yang diciptakan oleh seseorang secara sadar (Hapsari, 2021; Maharani, 2021). Karakter pada alter ego merupakan karakter yang dianggap ideal bagi orang tersebut. Alter ego biasanya diciptakan apabila seseorang belum mampu untuk melakukan sesuatu yang diinginkan secara maksimal.

### **4. Intensi Perilaku Alter Ego**

Fishbein dan Ajzen (2010) menyatakan bahwa intensi adalah kesiapan individu untuk melakukan suatu perilaku, serta Oxford Learner's Dictionaries (2000) mendefinisikan alter ego sebagai individu yang memiliki kepribadian berbeda dari kepribadian asli, dan kepribadian yang beda tersebut bertindak sebagai sisi lain dari kepribadian dirinya. Dari definisi yang telah peneliti paparkan tersebut, dapat diambil kesimpulan bahwa intensi perilaku alter ego merupakan kesiapan individu untuk menampilkan perilaku alter ego. Dalam penelitian ini, perilaku alter ego tercermin dengan cara bermain akun alter di media sosial Twitter.

## C. Sikap Terhadap Perilaku

### 1. Pengertian Sikap

Menurut Ajzen dan Fishbein (1970) sikap didefinisikan sebagai penilaian positif atau negatif individu dalam memunculkan perilaku. Menurut Francis dkk (2004) sikap terhadap perilaku adalah evaluasi keseluruhan seseorang terhadap perilaku.

Menurut Ajzen (2005) sikap ditentukan oleh *salient beliefs* atau keyakinan yang menonjol perihal perilaku yang menjadi target. Setiap *salient beliefs* mengaitkan perilaku dengan beberapa hasil yang diberikan nilai. Misalnya, seseorang percaya dengan berhenti merokok (perilaku) akan mengurangi risiko terkena kanker paru-paru (hasil). Sikap terhadap perilaku ditentukan oleh penilaian atau evaluasi individu terhadap hasil yang terkait dengan perilaku dan oleh seberapa besar kekuatan asosiasi ini.

Sikap terhadap perilaku diasumsikan mempunyai dua komponen yang saling berinteraksi: (1) *behavioral beliefs*, yaitu keyakinan mengenai konsekuensi dari perilaku, misalnya dengan membeli buku bajakan adalah tindakan melanggar hukum; (2) *outcome evaluations*, yaitu penilaian positif atau negatif yang sesuai dengan masing-masing keyakinan perilaku, misalnya: bagi saya tindakan membeli buku bajakan adalah hal yang baik/buruk.

Dengan mengalikan masing-masing keyakinan perilaku dan hasil evaluasi, dan menjumlahkan produk yang dihasilkan, dapat diketahui gambaran sikap terhadap perilaku. Ajzen (2020) kemudian merumuskannya sebagai berikut:

$$A_p \propto \sum b_i e_i$$

Dimana,

$\propto$  = Proporsi

$A_p$  = Sikap terhadap perilaku

$b_i$  = Keyakinan perilaku bahwa melakukan perilaku (p) akan mengarah pada hasil i

$e_i$  = Hasil evaluasi  $i$

Setelah menjumlahkan antara keyakinan perilaku dan hasil evaluasi, maka dapat dilihat bahwa individu yang percaya dengan melakukan perilaku (yang menjadi target), akan menghasilkan sebagian besar hasil yang positif, dan secara umum akan mempunyai sikap yang mendukung terhadap perilaku yang ditarget. Adapun sebaliknya, apabila individu percaya dengan melakukan perilaku tertentu akan menghasilkan sebagian besar hasil yang negatif, secara umum akan memegang sikap yang tidak mendukung terhadap perilaku (Ajzen, 2005).

Dalam model teori perilaku terencana, bentuk-bentuk keyakinan individu mengenai perilaku dapat diketahui dengan cara melaksanakan studi elisitasi atau studi pendahuluan. Studi elisitasi dilaksanakan dengan cara menanyakan kepada responden yang menjadi sampel populasi mengenai apa saja keuntungan dan kerugian terhadap melakukan perilaku yang menjadi objek sikap.

## 2. Aspek Sikap

Ajzen (2005) menyatakan terdapat dua komponen sikap terhadap perilaku:

- a. *Behavioral beliefs* atau keyakinan perilaku, merupakan kepercayaan-kepercayaan seseorang mengenai suatu perilaku yang akan memotivasi terbentuknya sikap terhadap perilaku.
- b. *Outcome evaluation* atau hasil evaluasi, merupakan evaluasi mendukung atau tidak mendukung terhadap perilaku berdasarkan kepercayaan-kepercayaan yang ada.

## D. Norma Subjektif

### 1. Pengertian Norma Subjektif

Francis dkk (2004) mendefinisikan norma subjektif sebagai keyakinan individu akan adanya tekanan sosial (baik dari individu maupun kelompok lain) untuk memunculkan atau tidak memunculkan perilaku. Adapun menurut Ajzen (2005) norma subjektif diasumsikan sebagai fungsi dari

keyakinan, yaitu keyakinan individu mengenai orang lain yang dianggap penting baginya berpikir bahwa dirinya harus atau tidak seharusnya melakukan perilaku yang menjadi target.

Seperti sikap terhadap perilaku, norma subjektif juga mempunyai dua komponen yang saling bekerja sama, yaitu: (1) keyakinan tentang bagaimana orang lain (yang dianggap penting bagi individu) ingin individu berperilaku (disebut sebagai *normative beliefs*). Sebagai contoh, orang tua saya mendukung saya untuk membeli buku-buku bajakan; (2) dan penilaian positif atau negatif tentang setiap keyakinan (yang disebut sebagai motivasi untuk patuh atau *motivation to comply*). Sebagai contoh, berkenaan dengan keputusan saya untuk membeli buku bajakan, melakukan apa yang menurut orang tua saya harus saya lakukan adalah penting/tidak penting.

Menurut Ajzen (2020) terdapat dua jenis keyakinan normatif: (1) Keyakinan normatif *injunctive*, merupakan harapan subjektif bahwa orang lain (yang dianggap penting bagi individu, misalnya teman, keluarga, pasangan, rekan kerja) mendukung atau tidak mendukung individu untuk melakukan perilaku yang ditargetkan; (2) Keyakinan normatif *descriptive*, merupakan keyakinan apakah orang lain yang dianggap penting bagi individu melakukan perilaku tersebut. Kedua jenis keyakinan ini memberikan kontribusi pada tekanan sosial yang dirasakan oleh individu.

Tanpa memandang apakah itu keyakinan *injunctive* atau *descriptive*, dengan mengalikan masing-masing keyakinan normatif dan motivasi untuk patuh, dan menjumlahkan produk yang dihasilkan, dapat memperoleh perkiraan norma subjektif. Ajzen (2005) kemudian merumuskannya sebagai berikut:

$$SN \propto \sum n_i m_i$$

Dimana,

$\propto$  = Proporsi

SN = Norma subjektif

$n_i$  = Keyakinan normatif tentang orang lain (yang dianggap penting

bagi individu)  $i$

$m_i$  = Motivasi untuk patuh kepada orang lain (yang dianggap penting bagi individu)  $i$

Setelah menjumlahkan keyakinan normatif dan motivasi untuk patuh, maka dapat dilihat bahwa secara umum, individu yang percaya apabila mayoritas orang lain yang dianggap penting baginya berpikir bahwa ia harus melakukan perilaku tertentu, maka individu akan mendapatkan tekanan sosial untuk melakukan perilaku tersebut. Sebaliknya, individu yang percaya apabila mayoritas orang lain yang dianggap penting baginya berpikir ia dilarang melakukan perilaku tertentu, akan mendapatkan tekanan sosial untuk menghindari melakukan perilaku tersebut (Ajzen, 2005).

## 2. Aspek Norma Subjektif

Ajzen (2005) menyatakan terdapat dua komponen pada variabel norma subjektif:

- a. *Normative beliefs* atau keyakinan normatif, merupakan kepercayaan-kepercayaan bahwa orang lain yang dianggap penting baginya berpikir bahwa ia harus atau tidak seharusnya melakukan perilaku yang menjadi target.
- b. *Motivation to comply* atau motivasi untuk patuh, merupakan motivasi individu untuk memenuhi harapan tersebut.

## E. Persepsi kontrol perilaku

### 1. Pengertian Persepsi kontrol perilaku

Menurut Francis dkk (2004) persepsi kontrol perilaku didefinisikan sebagai sejauh mana individu merasa mampu untuk melakukan perilaku tertentu. Adapun Fishbein dan Ajzen (2010) mendefinisikannya sebagai sejauh mana individu percaya bahwa dirinya mampu melakukan perilaku tertentu, dan sejauh mana individu percaya bahwa ia memiliki kendali atas perilakunya.

Menurut Ajzen (2005) persepsi kontrol perilaku diasumsikan sebagai fungsi keyakinan, yaitu keyakinan mengenai ada atau tidaknya kondisi yang

mempermudah atau menghambat kinerja perilaku. Keyakinan ini pada beberapa bagiannya dilandasi oleh pengalaman masa lalu individu terhadap perilaku. Selain itu, keyakinan ini juga bisa berdasarkan informasi yang diperoleh setelah mengamati pengalaman teman, kenalan, dan bisa juga disebabkan oleh kondisi-kondisi lain yang memfasilitasi atau mempersulit individu untuk melakukan perilaku yang menjadi target. Semakin tinggi persepsi individu perihal sumber daya dan kesempatan yang dimiliki, serta semakin rendah persepsi mengenai hambatan yang ada, maka semakin besar seharusnya persepsi kontrol perilaku atas perilaku yang menjadi target. Ajzen (2005) kemudian merumuskan persepsi kontrol perilaku sebagai:

$$PBC \propto \sum c_i p_i$$

Dimana,

$\propto$  = Proporsi

PBC= Persepsi kontrol perilaku

$c_i$  = Keyakinan mengontrol faktor i

$p_i$  = Kekuatan faktor i untuk mempermudah atau menghambat kinerja perilaku

Selain itu, definisi konseptual persepsi kontrol perilaku seringkali dipadankan dengan variabel efikasi diri. Menurut Ajzen (2020) secara konseptual, tidak ada perbedaan antara efikasi diri dengan persepsi kontrol perilaku. Kedua variabel tersebut memiliki definisi konseptual yang sama, yaitu merujuk pada seberapa yakin seseorang bahwa dirinya mampu untuk melakukan perilaku yang menjadi target. Secara operasional, bagaimanapun, dalam persepsi kontrol perilaku dan efikasi diri biasanya di asesmen dengan cara yang berbeda.

## 2. Aspek Persepsi kontrol perilaku

Menurut Ajzen (2005) menyatakan bahwa persepsi kontrol perilaku memiliki dua komponen:

- a. *Control beliefs* atau keyakinan kontrol, merupakan sejauh mana individu memiliki kendali atas perilaku.

- b. *Perceived power* atau kekuatan persepsi, merupakan sejauh mana individu merasa yakin untuk bisa atau tidak bisa melakukan perilaku.

## **F. Akun Alter di Twitter**

### **1. Pengertian Twitter**

Twitter merupakan situs jejaring sosial *online* yang memungkinkan individu bisa saling berkomunikasi ke dalam suatu pesan singkat yang kemudian disebut “*tweet*” (Gil, 2021). Tweet adalah setiap pesan yang diposting. Tweet bisa berupa gambar, video, tautan, maupun teks (Twitter, n.d.). *Tweeting* merupakan kegiatan untuk memposting pesan singkat kepada siapa saja yang mengikuti pengguna media sosial tersebut, dengan harapan kata-kata yang diposting bisa memberikan manfaat bagi audiens pengguna.

### **2. Jenis Akun di Twitter**

Secara umum, terdapat dua kategori pengguna yang dapat ditemui di media sosial Twitter, yaitu pengguna akun asli, dan akun palsu. Pengguna akun asli biasanya menggunakan identitas nama serta foto profil pribadi sesuai dengan apa yang terlihat di kehidupan nyata. Dalam hal ini, pengguna akun asli merepresentasikan diri sebagai diri mereka pribadi. Di satu sisi, belum ada ketetapan pasti mengenai apa saja jenis-jenis pengguna akun palsu yang ada di media sosial Twitter.

#### **a. Akun penggemar (*fan account*)**

Seringkali kumpulan penggemar idola tertentu, seperti penggemar k-pop, misalnya, dipandang sebagai komunitas yang terlalu rusuh dan fanatik. Sebagai bagian dari upaya untuk mencari ketenangan, kelompok tersebut memanfaatkan akun penggemar di media sosial Twitter sebagai wadah untuk bisa bebas berekspresi dalam menunjukkan identitas mereka sebagai penggemar yang aktif (Farkhaty, 2019). Tujuan dari adanya akun penggemar dirasa cukup beragam. Pada media sosial Twitter, akun tersebut biasa digunakan untuk menaikkan *trending topic* sebagai bagian dari keikutsertaan mereka dalam mempromosikan idol-idol yang disukai (Recuero et al., 2012).

b. Akun bermain peran (*roleplayer*)

*Roleplaying* merupakan aktivitas seorang penggemar dalam memainkan peran sebagai artis atau selebritis favorit mereka secara berkelanjutan pada kehidupan media sosial sehari-hari (Ardiani, 2013). Individu yang memainkan peran tersebut disebut sebagai *roleplayer*. Ada berbagai macam peran yang bisa dilakukan, misalnya berupa tokoh-tokoh yang diidolakan, seperti artis, tokoh kartun, pahlawan super, dan sebagainya (Nugraha, 2020). Tujuan dari bermain peran adalah untuk menciptakan identitas virtual dengan mengikuti karakter asli sang idola untuk berkomunikasi satu sama lain sehingga menciptakan ruang sosial di dunia maya.

c. Akun alter (*alter account*)

Akun alter merupakan akun anonim, yang mana pengguna akun tersebut merepresentasikan diri sebagai dirinya sendiri, namun yang ditunjukkan adalah sisi lain dari dirinya dan berbeda dari apa yang telah diketahui oleh orang lain di kehidupan nyata. Menurut Piamonte, Quintos, & Iwayama (2020) komunitas alter di media sosial Twitter merupakan sekumpulan pengguna yang mengakses media sosial Twitter dengan menggunakan akun yang berbeda dari akun yang biasa diketahui oleh teman, kolega, dan kerabat mereka. Akun yang terlibat dalam komunitas ini merupakan akun anonim yang menampilkan kepribadian alternatif atau sisi lain dari seorang pengguna.

Akun alter umumnya digunakan untuk menjadi diri pribadi yang berbeda dari akun utama dan kehidupan nyata pengguna. Akun utama selalu memperlihatkan kesan yang baik untuk diperlihatkan kepada publik, akan tetapi pada akun alter, pengguna memperlihatkan diri mereka yang sesungguhnya (Seftian, 2020). Akun alter biasanya tidak menggunakan identitas asli. Namun, kadangkala pengguna masih menggunakan foto profil pribadi dengan memberikan efek blur atau stiker pada bagian wajah (Saifulloh & Ernanda, 2018).

Para pengguna akun alter biasanya memiliki wadah khusus untuk saling berinteraksi dan mengenal antar sesama. Pada media sosial Twitter, terdapat

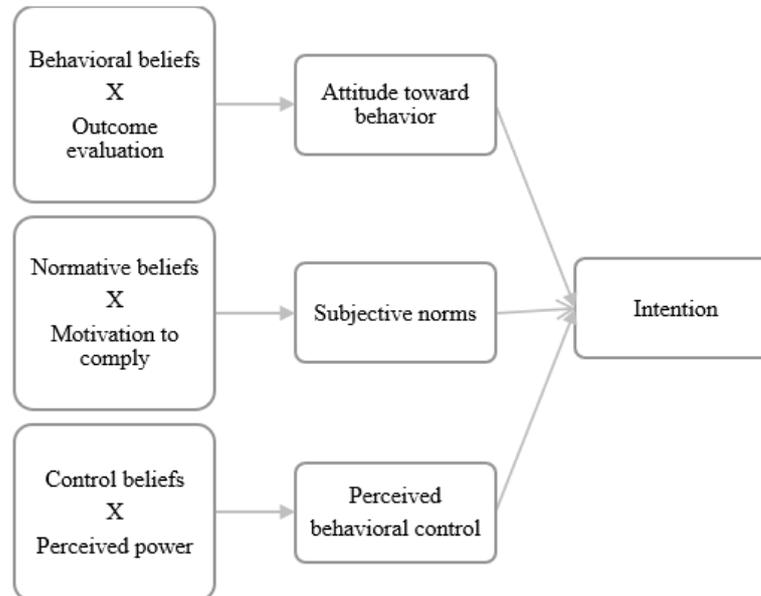
berbagai macam akun *base alter* yang memungkinkan penggunanya bisa saling mengirim *tweet* secara anonim. Akun *base alter* inilah tempat para akun alter berhimpun.

### **G. Kerangka Berpikir**

Eksistensi akun anonim di kalangan pengguna media sosial Twitter belakangan ini semakin banyak bermunculan dan menarik perhatian peneliti. Akun alter adalah salah satu jenis akun yang mendapat sorotan oleh masyarakat digital. Akibat kebebasan yang dimilikinya, tidak jarang akun ini mengekspresikan hal-hal yang bersifat tabu dan negatif. Peristiwa ini telah menjadi suatu kewajaran, mengingat apabila diekspresikan di dunia nyata, tentu hal tersebut akan bertentangan dengan norma yang berlaku di dalam masyarakat. Selain itu, peraturan di dalam media sosial Twitter yang membebaskan penggunanya untuk boleh tidak menggunakan nama asli, membuat pengguna anonim semakin berani dalam melakukan ekspresi diri. Bentuk ekspresi diri seperti pornografi *online*, LGBT, pembahasan ketuhanan, serta berbagai pemikiran ekstrem akan membuat lingkungan media sosial menjadi tidak sehat. Padahal, media sosial Twitter merupakan tempat berkumpulnya masyarakat dari berbagai usia dan latar belakang, termasuk mereka diantaranya yang masih berada dalam kategori usia anak-anak dan remaja.

Untuk memahami fenomena ini secara mendalam, perlu adanya penggalian informasi mengenai faktor yang menjadi determinan intensi perilaku alter ego, serta seberapa besar pengaruh dari masing-masing faktor tersebut. Menurut model teori perilaku terencana, intensi perilaku alter ego dilandasi oleh adanya sikap terhadap perilaku, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku. Dalam hal ini, semakin positif sikap, semakin kuat norma subjektif, serta semakin besar peluang dan faktor-faktor yang mendukung individu untuk melakukan perilaku alter ego, maka semakin besar intensi individu untuk memunculkan perilaku tersebut. Adapun alur pemikiran dalam penelitian ini disajikan melalui gambar 2.2 sebagai berikut:

Gambar 2.2  
Alur pemikiran teori perilaku terencana



## H. Hipotesis

H1 : Terdapat pengaruh sikap, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku terhadap intensi perilaku alter ego pada pengguna akun alter di Twitter.

H2 : Terdapat pengaruh positif variabel sikap terhadap intensi perilaku alter ego pada pengguna akun alter di Twitter.

H3 : Terdapat pengaruh positif variabel norma subjektif terhadap intensi perilaku alter ego pada pengguna akun alter di Twitter.

H4 : Terdapat pengaruh positif variabel persepsi kontrol perilaku terhadap intensi perilaku alter ego pada pengguna akun alter di Twitter.

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Desain Penelitian**

Desain dari penelitian ini adalah desain kuantitatif. Desain kuantitatif adalah prosedur untuk menguji suatu teori dengan cara mengeksplorasi hubungan antar variabel (Creswell, 2019). Desain kuantitatif memfokuskan analisisnya pada data yang berupa angka, didapatkan melalui proses pengukuran, serta diolah menggunakan analisis statistika (Azwar, 2018).

Jenis penelitian ini adalah korelasional. Strategi korelasional memiliki tujuan untuk mengetahui hubungan antar variabel. Korelasi memberikan dua informasi, yaitu kekuatan hubungan antara dua variabel yang diindeks dari 0 hingga 1, serta arah hubungan, yaitu positif atau negatif (Whitley, 2002). Korelasi positif menunjukkan bahwa ketika nilai untuk satu ukuran meningkat, nilai untuk ukuran lainnya juga meningkat. Dalam korelasi negatif, ketika nilai pada satu ukuran meningkat, nilai ukuran lainnya menurun (Shaughnessy et al., 2015).

#### **B. Identifikasi Variabel**

Variabel adalah segala sesuatu yang memiliki variasi dan dapat diukur (Howitt & Cramer, 2000). Dengan kata lain, variabel adalah setiap karakteristik yang bervariasi, dalam arti memiliki lebih dari satu nilai (Clark-Carter, 2004). Empat variabel digunakan dalam penelitian ini, yaitu satu variabel dependen dan tiga variabel independen.

##### **1. Variabel Independen**

Merupakan variabel yang dianggap dapat memberikan pengaruh pada variabel lain (Clark-Carter, 2004). Variabel independen dalam penelitian ini adalah sikap, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku.

##### **2. Variabel Dependen**

Merupakan variabel di mana variabel independen bisa memiliki efek. Dengan kata lain, nilai yang dimiliki variabel dependen bergantung pada tingkat variabel independen (Clark-Carter, 2004). Besarnya efek yang diberikan dapat dilihat dari membesar-mengecilnya, ada-tidaknya, timbul-

hilangnya, atau berubahnya variasi yang tampak sebagai akibat perubahan variabel lain (Azwar, 2018). Variabel dependen dalam penelitian ini adalah intensi perilaku alter ego.

### **C. Definisi Operasional**

Variabel yang menjadi objek penelitian wajib dideskripsikan terlebih dahulu secara tegas bangunan konstruk mana yang akan digunakan, sehingga jelas pula instrumen yang harus digunakan untuk mendapatkan data yang valid mengenai variabel yang sedang diteliti (Azwar, 2018). Adapun definisi operasional keempat variabel dalam penelitian ini adalah:

#### **1. Intensi Perilaku Alter Ego**

Kesiapan individu atau sejauh mana usaha individu dalam memunculkan perilaku alter ego ditinjau dari skala diferensi semantik pada alat ukur intensi perilaku alter ego.

#### **2. Sikap Terhadap Perilaku**

Penilaian mendukung atau tidak mendukung oleh individu terhadap perilaku alter ego ditinjau dari skala diferensi semantik pada alat ukur sikap terhadap perilaku.

#### **3. Norma Subjektif**

Persepsi individu perihal adanya tekanan sosial dari orang lain yang dianggap penting baginya, berpikir bahwa ia harus atau tidak seharusnya melakukan perilaku alter ego ditinjau dari skala diferensi semantik pada alat ukur norma subjektif.

#### **4. Persepsi kontrol perilaku**

Seberapa besar persepsi individu mengenai kondisi yang bisa memudahkan atau menghambat individu dalam melakukan perilaku alter ego ditinjau dari skala diferensi semantik pada alat ukur persepsi kontrol perilaku.

### **D. Populasi dan Sampel**

#### **1. Populasi Penelitian**

Populasi merupakan seluruh kumpulan orang, hewan, tumbuhan, atau benda (yang semuanya dapat disebut sebagai unit) dimana seorang peneliti dapat mengumpulkan suatu informasi (Nestor & Schutt, 2015). Populasi

merupakan sekumpulan subjek yang akan dikenakan generalisasi dari hasil penelitian (Azwar, 2018). Adapun yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah pengguna akun alter di Twitter yang berjumlah tidak diketahui. Namun, peneliti memberikan batasan untuk mengambil populasi penelitian pada pengikut *base* @EastJavaAlter dan @FWBESS.

## 2. Sampel Penelitian

Adanya populasi yang terlalu besar untuk dipelajari secara keseluruhan, sampel umumnya dipilih untuk dipelajari. Sampel penelitian didefinisikan sebagai sekelompok unit yang dipilih dari kumpulan yang lebih besar, yang dikenal sebagai populasi (Nestor & Schutt, 2015). Dengan kata lain, sampel adalah satu bagian dari populasi (Spatz & Kardas, 2008).

*Purposive sampling* digunakan sebagai teknik sampling pada penelitian ini. Menurut Sugiyono (2017) *purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan pertimbangan tertentu. Sejalan dengan hal tersebut, peneliti memberikan karakteristik responden penelitian, yaitu sebagai berikut:

- a. Laki-laki atau perempuan.
- b. Memiliki akun alter di Twitter.
- c. Pengikut base @EastJavaAlter atau @FWBESS.
- d. Menggunakan akun alter setidaknya sekali dalam satu minggu.

Selanjutnya, metode formula Lemeshow (1997) digunakan sebagai cara untuk menentukan besaran sampel penelitian. Rumus Lemeshow digunakan akibat adanya jumlah populasi yang tidak diketahui, terlalu besar, dan jumlahnya yang berubah-ubah. Berikut di bawah ini peneliti sajikan formula dari Lemeshow:

$$\begin{aligned}
 N &= \frac{Z^2 p(1-p)}{d^2} \\
 N &= \frac{1,96^2 0,5(1-0,5)}{0,1^2} \\
 &= \frac{3,8416 \times 0,25}{0,01} \\
 &= 96,04
 \end{aligned}$$

Keterangan:

$n$  = jumlah sampel

$z$  = nilai standar = 1.96

$p$  = maksimal estimasi = 50% = 0.5

$d$  = alpha (0.10) atau sampling error = 10%

Berdasarkan formula Lemeshow, didapatkan hasil total sampel minimal yang dibutuhkan sebesar 96 orang. Namun, peneliti melakukan pengujian sampel hingga 240 responden. Pada awalnya peneliti menggunakan formula Isaac dan Michael pada sampel populasi tidak diketahui sebesar 272 responden. Namun, akibat dilakukan pembuangan *outliers* agar data dapat berdistribusi secara normal, peneliti mendapatkan jumlah sampel berdistribusi normal sebanyak 240 responden.

#### **E. Metode Pengumpulan Data**

Metode pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner pertanyaan terbuka dan skala psikologi. Metode kuesioner digunakan untuk mengungkap sesuatu yang dianggap sebagai fakta atau data faktual yang kebenarannya hanya diketahui oleh responden. Pertanyaan dalam kuesioner adalah pertanyaan langsung mengenai informasi yang hendak diketahui. Pertanyaan disusun dengan asumsi dasar bahwa responden merupakan orang yang paling mengetahui tentang dirinya sendiri (Azwar, 2018).

Peneliti menggunakan instrumen penelitian berupa satu kuesioner pertanyaan terbuka, serta tujuh buah skala diferensi semantik, yang mencakup:

1. Satu kuesioner pertanyaan terbuka untuk mengukur keyakinan yang menonjol (*salient beliefs*) pada subjek.
2. Dua skala untuk mengukur sikap: skala untuk mengukur *behavioral beliefs* dan *outcome evaluation*.
3. Dua skala untuk mengukur norma subjektif: skala untuk mengukur *normative beliefs* dan *motivation to comply*.
4. Dua skala untuk mengukur persepsi kontrol perilaku: skala untuk mengukur *control beliefs* dan *perceived power*.
5. Satu skala untuk mengukur intensi perilaku alter ego.

Tujuh skala pada poin b, c, d, dan e kemudian digabungkan menjadi satu buah skala, sehingga pada akhirnya terdapat dua buah kuesioner, yaitu satu kuesioner pertanyaan terbuka dan satu kuesioner skala.

## **F. Tahap Penyusunan Instrumen Penelitian**

Menurut Ajzen (2020) dijelaskan bahwa tidak ada kuesioner model teori perilaku terencana secara standar yang dapat ditawarkan. Namun, terdapat prosedur yang dapat ditempuh untuk mengembangkan skala alat ukur berdasarkan model teori perilaku terencana. Prosedur ini telah dikembangkan oleh Ajzen selama bertahun-tahun untuk merancang langkah-langkah pembuatan skala konstruksi alat ukur berdasarkan model teori perilaku terencana agar dapat valid dan reliabel. Pada penelitian ini, yang menjadi rujukan bagi peneliti untuk melakukan konstruksi alat ukur berdasarkan model teori perilaku terencana adalah pedoman dari Francis dkk (2004), Ajzen (2013), Ramdhani (2011), serta beberapa jurnal dan buku yang terkait dengan model teori tersebut. Adapun secara singkat, langkah-langkah yang dapat ditempuh yaitu:

### **1. Mendefinisikan Perilaku**

Definisi yang tepat dari perilaku yang akan diteliti harus diperoleh sebelum melangkah ke dalam tahap selanjutnya. Dalam hal ini, Fishbein dan Ajzen (1975, 2010) telah mengusulkan untuk memasukkan empat elemen, yaitu: tindakan (*action*), target (*target*), konteks (*context*), dan waktu (*time*). Teori perilaku terencana dimulai dengan mendefinisikan secara eksplisit dari perilaku yang akan diteliti dalam hal kerangka waktu, konteks di mana hal itu terjadi, tindakan yang terlibat, dan target. Masing-masing elemen ini dapat didefinisikan pada berbagai tingkat, mulai dari generalisasi umum hingga ke tingkat yang spesifik (Ajzen, 2020). Dalam penelitian ini, perilaku yang ingin diprediksi adalah bermain (*action*) akun alter (*target*) di Twitter (*context*) selama mempunyai akun tersebut (*time*). Kejelasan definisi ini dapat mempermudah peneliti dalam melakukan konstruksi alat ukur yang digunakan dalam penelitian.

## 2. Tahap Elisitasi

Peneliti yang menggunakan teori perilaku terencana dipandang perlu terlebih dahulu melakukan studi elisitasi guna mengidentifikasi keyakinan yang menonjol (*salient beliefs*) pada populasi yang menjadi sasaran penelitian (Sutton et al., 2003). *Salient beliefs* adalah keyakinan yang menonjol, berupa hasil jawaban yang terlintas pertama kali di dalam pikiran responden saat menjawab suatu pertanyaan terbuka (Sutton et al., 2003).

Tahap elisitasi berguna untuk tiga hal: (1) mengetahui keyakinan-keyakinan akan manfaat dan kerugian yang paling sering dirasakan dari melakukan suatu perilaku; (2) menentukan orang lain (individu maupun kelompok) yang paling berpengaruh bagi individu untuk mendukung atau tidak mendukung perilaku; (3) hingga menentukan hambatan-hambatan yang dirasakan atau faktor-faktor yang memfasilitasi yang dapat membuat lebih mudah untuk melakukan perilaku.

Informasi mengenai *salient beliefs* tidak dibuat oleh peneliti, akan tetapi harus diperoleh dari orang-orang (sekitar 25 individu) dengan karakteristik yang sama dengan kelompok orang yang akan diteliti (Ajzen, n.d.; Francis et al., 2004; Godin & Kok, 1996). Kuesioner terbuka, wawancara, atau fokus group dapat digunakan untuk memperoleh informasi ini (Godin & Kok, 1996). Dalam hal ini, peneliti menggunakan kuesioner berisi tujuh pertanyaan terbuka yang dikembangkan untuk mengumpulkan data, yaitu sebagai berikut:

- a. Apa keuntungan-keuntungan yang Anda peroleh, atau hal yang Anda sukai apabila Anda bermain akun alter di media sosial Twitter?
- b. Apa kerugian yang anda peroleh, atau hal yang anda benci apabila anda bermain akun alter di media sosial Twitter?
- c. Hal lain apa saja yang muncul di pikiran anda, yang merupakan konsekuensi dari bermain akun alter di media sosial Twitter?
- d. Siapa saja individu atau kelompok yang kira-kira akan mendukung anda untuk bermain akun alter di media sosial Twitter?
- e. Siapa saja individu atau kelompok yang kira-kira tidak akan mendukung anda untuk bermain akun alter di media sosial Twitter?

- f. Faktor atau kondisi apa saja yang mempermudah anda agar bisa bermain akun alter di media sosial Twitter?
- g. Faktor atau kondisi apa saja yang menyulitkan atau menghambat anda agar bisa bermain akun alter di media sosial Twitter?

Selanjutnya tanggapan terhadap serangkaian pertanyaan terbuka dicatat, dan kemudian dilakukan analisis isi (*content analysis*). Keyakinan-keyakinan yang paling sering dimunculkan oleh responden digunakan sebagai dasar untuk pengukuran kuantitatif mengenai keyakinan (Sutton et al., 2003). Tabel 3.1 mencantumkan hasil analisis konten mengenai keyakinan perilaku, keyakinan normatif, dan keyakinan kontrol yang diperoleh dari 30 responden pengguna akun alter pengikut *base @EastJavaAlter*. Hasil analisis menunjukkan adanya 14 keyakinan perilaku, 10 keyakinan normatif, dan 10 keyakinan kontrol.

Tabel 3.1  
Hasil tahap elisitasi terhadap 30 responden

No	Respon	Frekuensi	Kategori	Keyakinan
1	Mendapatkan teman atau relasi	20	Manfaat	Keyakinan perilaku
2	Mengekspresikan diri -Mengekspresikan diri (5) -Melampiaskan keinginan yang terpendam (1) -Mencari kepuasan (1) -Fangirling (1)	8		
3	Mencari hiburan dan mengisi waktu luang -Mencari hiburan (4) -Mengisi waktu luang (2) -Mengurangi kesepian di dunia nyata (2)	8		
4	Kebutuhan kasih sayang -Kebutuhan afeksi (1) -Merasakan perasaan hangat saat ada yang memuji (1) -Mendapatkan perhatian (1) -Mendapat validasi dari orang lain (1)	6		
5	Menambah wawasan	5		
6	Mencari penghasilan -Mencari uang (1) -Menjual konten not safe for	2		

	work pribadi (1)			
1	Terdapat banyak konten <i>not safe for work</i>	12	Kerugian	
2	Dikenali teman dunia nyata	11		
3	Terjerumus pergaulan bebas -Terjerumus pergaulan bebas (5) -Terjerumus hubungan gelap dengan orang yang telah memiliki pasangan (1)	6		
4	Membuang waktu	4		
5	Bertemu akun faker atau penipu	4		
6	Pikiran nakal atau kotor	3		
7	Kecanduan	2		
8	Terlibat tindakan melanggar hukum	1		
1	Tidak ada (kemauan diri)	11	Mendukung	
2	Teman akun alter	9		
3	Teman -Teman dekat (3) -Teman (2)	5		
4	Teman dunia nyata	2		
5	Base alter	1		
1	Keluarga -Keluarga (9) -Orang tua (6) -Saudara (2)	17	Tidak mendukung	Keyakinan normatif
2	Teman -Teman (6) -Teman dunia maya non-alter (4) -Teman dunia nyata (3)	13		
3	Tidak diketahui	6		
4	Pasangan (apabila ada)	4		
5	Lingkungan kerja	1		
1	Waktu luang	11	Faktor mempermudah	Keyakinan kontrol
2	Bosan	8		
3	Butuh hiburan	6		

4	Kemudahan mengakses sosial media	5		
5	Stres	2		
6	Berada dalam satu domisili	1		
1	Kesibukan dunia nyata -Kesibukan (12) -Bekerja (4)	16	Faktor penghambat	
2	Berada di lingkungan publik	5		
3	Kemungkinan untuk ketahuan -Kemungkinan orang meminjam ponsel (1) -Mengakses 2 akun dalam 1 perangkat (1) -Kelompok atau teman yang mungkin merasa risih (1)	3		
4	Koneksi internet yang buruk	2		

### 3. Penyusunan Item

Hasil dari tahap studi elisitasi kemudian digunakan sebagai bahan untuk menyusun kuesioner kuantitatif. Tidak ada ketetapan pasti mengenai seberapa banyak keyakinan yang akan diambil dan digunakan sebagai item kuesioner. Namun, menimbang dari banyaknya item yang dapat membuat subjek lelah dalam menjawab, maka digunakan dengan total 31 item.

Dalam salah satu komunikasi yang dilakukan Ramdhani dengan Ajzen pada tanggal 14 Oktober 2008 (2011) menyatakan bahwa penomoran item sebaiknya disajikan mulai dari skala *outcome evaluations*, baru kemudian diikuti oleh item-item *behavioral beliefs*. Hal ini bertujuan agar peneliti dapat menghindari jawaban bias yang diberikan responden terhadap item-item *behavioral beliefs* pada saat menjawab *outcome evaluations*. Demikian pula item-item *motivation to comply* disajikan terlebih dahulu daripada item-item *normative beliefs*. Serta item-item yang mengungkap *perceived control* juga disajikan terlebih dahulu sebelum menyajikan item-item *control beliefs*. Baru setelah itu pada bagian akhir kuesioner disajikan item-item mengenai intensi perilaku alter ego.

#### 4. Instrumen Penelitian

##### a. Skala Sikap

Pengukuran *outcome evaluations* dan *behavioral beliefs* masing-masing terdiri dari 6 item dengan 7 pilihan jawaban, yaitu bergerak antara poin 1 hingga 7. Kemudian dari 12 item pernyataan tersebut menghasilkan variabel komposit berupa variabel sikap yang memiliki 6 buah item pernyataan, seperti dijelaskan pada tabel berikut:

Tabel 3.2  
Blueprint skala sikap

Aspek	Komponen	Item	Item komposit	Jumlah
Sikap	Outcome evaluations	1, 2, 3, 4, 5, 6	1X7, 2X8, 3X9, 4X10, 5X11, 6X12	6
	Behavioral beliefs	7, 8, 9, 10, 11, 12		

##### b. Skala Norma Subjektif

Pengukuran *motivation to comply* dan *normative beliefs* masing-masing terdiri dari 3 item dengan 7 pilihan jawaban, yaitu bergerak antara 1 hingga 7. Kemudian dari 6 item pernyataan tersebut menghasilkan variabel komposit berupa variabel norma subjektif yang memiliki 3 buah item pernyataan, seperti dijelaskan pada tabel berikut:

Tabel 3.3  
Blueprint skala norma subjektif

Aspek	Komponen	Item	Item komposit	Jumlah
Norma subjektif	Motivation to comply	1, 2, 3	1X4, 2X5, 3X6	3
	Normative beliefs	4, 5, 6		

##### c. Skala Persepsi kontrol perilaku

Pengukuran *perceived power* dan *control beliefs* masing-masing terdiri dari 5 item dengan 7 pilihan jawaban, yaitu bergerak antara 1 hingga 7. Kemudian dari 10 item pernyataan tersebut menghasilkan variabel komposit

berupa variabel persepsi kontrol perilaku yang memiliki 5 buah item pernyataan, seperti dijelaskan pada tabel berikut:

Tabel 3.4  
Blueprint skala persepsi kontrol perilaku

Aspek	Komponen	Item	Item komposit	Jumlah
Persepsi kontrol perilaku	Perceived power	1, 2, 3, 4, 5	1X6, 2X7, 3X8, 4X9, 5X10	5
	Control beliefs	6, 7, 8, 9, 10		

#### d. Skala Intensi

Pengukuran intensi terdiri dari 3 item dengan 7 pilihan jawaban, yaitu bergerak antara 1 hingga 7.

Tabel 3.5  
Blueprint skala intensi

Aspek	Item	Jumlah
Intensi perilaku alter ego	1, 2, 3	3

## G. Validitas dan Reliabilitas

### 1. Validitas

Validitas berasal dari *validity*, mengacu pada keakuratan pengukuran. Validitas menjawab pertanyaan tentang seberapa yakin kita bahwa suatu ukuran benar-benar menunjukkan skor sebenarnya seseorang pada suatu sifat (Whitley, 2002). Suatu ukuran dapat disebut valid ketika ia bisa mengukur apa yang diukur. Ukuran yang reliabel tetapi tidak valid tidak berguna bagi peneliti. Demikian juga, pengukuran yang valid namun tidak reliabel juga tidak berguna (Rooney & Evans, 2019). Pada penelitian ini, uji validitas diukur dengan cara melakukan validitas isi dan validitas konstruk.

Validitas isi dilakukan dengan cara mengestimasi relevansi isi skala penelitian melalui analisis rasional oleh *expert judgement*. Dalam validitas isi, pertanyaan yang ingin dicari jawabannya adalah “apakah masing-masing item dalam skala layak untuk mengungkap atribut yang diukur

sesuai dengan indikator keperilakuannya” dan “apakah item-item dalam skala telah mencakup keseluruhan domain isi yang hendak diukur” (Azwar, 2019b). Adapun dalam penelitian ini, validitas isi diuji oleh tiga *expert judgement*, yaitu:

Tabel 3.6  
Expert judgement skala penelitian

No.	Nama Ahli	Profesi
1.	Novia Solichah, M.Psi	Dosen Psikologi UIN Maliki Malang
2.	Selly Candra Ayu, M.Si	Dosen Psikologi UIN Maliki Malang
3.	Dr. Fathul Lubabin Nuqul, M.Si	Dosen Psikologi UIN Maliki Malang

Ketiga *expert judgement* tersebut memberikan bobot penilaian serta masukan terhadap masing-masing item pada skala penelitian ini. Hasil rating tersebut kemudian dikuantifikasikan dengan menggunakan rumus koefisien validitas isi Aiken's V. Aiken (1985) merumuskan rumus Aiken's V untuk menentukan koefisien validitas isi yang didasarkan pada hasil rating oleh *expert judgement* sebanyak n ahli terhadap suatu item dari segi sejauh mana item tersebut dapat mewakili konstruk yang sedang diukur.

Berdasarkan tabel *Right-tail probabilities (p) for selected values of the validity coefficient (V)* pada Aiken (1985) didapatkan bahwa dengan jumlah *expert judgement* sebanyak 3 ahli dan jumlah kategori rating sebanyak 3 (yaitu tidak relevan, kurang relevan, dan relevan), dibutuhkan koefisien validitas isi sebesar  $V = 1.00$  dengan taraf kesalahan sebesar 5% agar suatu item dapat diterima dan dikatakan valid. Adapun statistik Aiken's V dirumuskan sebagai berikut:

$$V = \sum S / [n(c - 1)]$$

Keterangan:

$$s = r - l_0$$

$l_0$  = angka penilaian validitas yang terendah (dalam hal ini = 1)

$c$  = angka penilaian validitas yang tertinggi (dalam hal ini = 3)

$r$  = angka yang diberikan oleh seorang penilai

Berdasarkan hasil perhitungan menggunakan rumus Aiken's V terhadap 31 item skala diperoleh nilai V sebesar 1 yang berarti seluruh item pada skala penelitian ini dinyatakan valid. Selanjutnya, masukan dari masing-masing item tersebut diperbaiki sesuai dengan saran dari para ahli dan dilaksanakan uji coba sebelum pada akhirnya digunakan sebagai instrumen penelitian lapangan.

Lebih lanjut, peneliti juga melaksanakan uji validitas konstruk. Validitas konstruk digunakan untuk melihat sejauh mana hasil tes mampu mengungkap suatu konstruk teoretis yang sedang diukur. Uji validitas konstruk dalam penelitian ini menggunakan *pearson product moment*. Uji validitas dilaksanakan berdasarkan nilai N atau subjek sebanyak 40 responden pertama. Suatu item dapat dikatakan valid apabila r hitung lebih besar dibandingkan r tabel, serta nilai signifikansi lebih kecil daripada 0.05. Adapun r tabel pada uji validitas ini sebesar 0.312 berdasarkan nilai N=40. Uji validitas dilaksanakan menggunakan bantuan aplikasi SPSS versi 25 untuk windows, dan diperoleh data sebagai berikut:

Tabel 3.7  
Hasil uji validitas skala sikap

Komponen	Aspek	Item Komposit	Pearson Correlation	Signifikansi	Keterangan
Outcome evaluations X Behavioral beliefs	Sikap	1	0.536	0.000	Valid
		2	0.393	0.012	Valid
		3	0.753	0.000	Valid
		4	0.572	0.000	Valid
		5	0.764	0.000	Valid
		6	0.551	0.000	Valid

Tabel 3.8  
Hasil uji validitas skala norma subjektif

Komponen	Aspek	Item Komposit	Pearson Correlation	Signifikansi	Keterangan
Motivation to comply X Normative beliefs	Norma subjektif	1	0.852	0.000	Valid
		2	0.913	0.000	Valid
		3	0.907	0.000	Valid

Tabel 3.9  
Hasil uji validitas skala persepsi kontrol perilaku

Komponen	Aspek	Item Komposit	Pearson Correlation	Signifikansi	Keterangan
Perceived power X Control beliefs	Persepsi kontrol perilaku	1	0.753	0.000	Valid
		2	0.876	0.000	Valid
		3	0.852	0.000	Valid
		4	0.861	0.000	Valid
		5	0.767	0.000	Valid

Tabel 3.10  
Hasil uji validitas skala intensi perilaku alter ego

Aspek	Item	Pearson Correlation	Signifikansi	Keterangan
Intensi	1	0.871	0.000	Valid
	2	0.806	0.000	Valid
	3	0.900	0.000	Valid

## 2. Reliabilitas

Reliabilitas adalah derajat kekonsistenan (Whitley, 2002). Hal ini berarti bahwa responden akan menghasilkan skor yang sama ketika dilakukan pengukuran berulang (Rooney & Evans, 2019). Pengujian reliabilitas dalam penelitian ini dilakukan berdasarkan formula *Alpha Cronbach*. *Alpha Cronbach* memiliki kriteria koefisien reliabilitas ( $R_{xx'}$ ) berada dalam rentang angka dari 0 sampai dengan 1,00. Semakin tinggi koefisien

reliabilitas mendekati angka 1,00 berarti pengukuran semakin reliabel (Azwar, 2019a). Perhitungan reliabilitas dilakukan dengan bantuan aplikasi SPSS versi 25 untuk windows. Kriteria penilaian reliabilitas menurut Guilford (1956) disajikan pada tabel berikut:

Tabel 3.11  
Kriteria evaluasi reliabilitas

Koefisien	Interpretasi
> 0.90	Sangat reliabel
0.70 – 0.90	Reliabel
0.40 – 0.70	Cukup reliabel
0.20 – 0.40	Kurang Reliabel
< 0.20	Tidak Reliabel

Berdasarkan hasil uji reliabilitas *Alpha Cronbach* terhadap keseluruhan item yang valid diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 3.12  
Hasil uji reliabilitas

Skala	Koefisien	Keterangan
Sikap	0.618	Cukup reliabel
Norma subjektif	0.869	Reliabel
Persepsi kontrol perilaku	0.868	Reliabel
Intensi	0.815	Reliabel

Hasil uji coba reliabilitas pada skala sikap mendapatkan hasil yang cukup reliabel, dengan nilai reliabilitas sebesar 0,618. Adapun skala norma subjektif, persepsi kontrol perilaku, dan intensi, mendapatkan hasil yang reliabel, dengan nilai reliabilitas masing-masing sebesar 0.869, 0.868, dan 0.815.

## H. Analisis Data

Analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah uji validitas dan reliabilitas, kategori tingkat distribusi, uji asumsi klasik, serta analisis regresi linear berganda. Analisis data pada penelitian ini dibantu menggunakan aplikasi SPSS versi 25 untuk windows.

### 1. Uji Asumsi

#### a. Uji normalitas

Uji normalitas ditujukan untuk mengetahui apakah data yang akan dianalisis memiliki distribusi normal atau tidak normal. Untuk mengetahui normalitas data, peneliti melakukan uji normalitas *Kolmogorov-Smirnov* dengan bantuan aplikasi SPSS versi 25 untuk windows. Konsep yang ditempuh melalui uji KS adalah:

Jika  $p > 0,05$  maka hasil data dapat dikatakan normal.

Jika  $p < 0,05$  maka hasil data tidak berdistribusi normal.

#### b. Uji linearitas

Uji linearitas ditempuh untuk mengetahui apakah data penelitian memiliki korelasi secara linear. Data yang memiliki korelasi linear merupakan syarat wajib agar data dapat dianalisis menggunakan uji analisis linear berganda. Apabila nilai signifikan lebih besar dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang linear antar variabel yang sedang diteliti. Uji linearitas dilaksanakan menggunakan bantuan aplikasi SPSS versi 25 untuk windows.

### 2. Uji hipotesis

Analisis regresi linear berganda dilakukan dalam tahap uji hipotesis. Analisis regresi linear berganda bertujuan untuk mengungkap ada atau tidaknya pengaruh dua atau lebih variabel independen terhadap variabel dependen. Terdapat tiga hal yang dapat dilihat dalam melakukan analisis regresi linear berganda: (1) Koefisien determinasi, yaitu bertujuan untuk mengetahui seberapa besar (dalam hitungan persen) pengaruh variabel independen secara simultan terhadap variabel dependen, dengan melihat nilai R-square atau R<sup>2</sup>; (2) Uji F, yaitu bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh simultan yang diberikan variabel independen (sikap,

norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku) terhadap variabel dependen; (3) Uji t bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh parsial yang diberikan variabel independen terhadap variabel dependen.

Selain itu, peneliti juga ingin mengetahui seberapa besar sumbangan efektif dari masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Sumbangan efektif merupakan penjabaran dari besarnya kontribusi pengaruh (dalam hitungan persen) yang diberikan oleh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Penjumlahan dari sumbangan efektif ke semua variabel independen adalah sama dengan jumlah nilai R Square (R<sup>2</sup>). Adapun rumus untuk mencari sumbangan efektif adalah sebagai berikut:

$$SE (X)\% = \text{Beta}_x \times r_{xy} \times 100\%$$

Keterangan:

SE (X)% = sumbangan efektif variabel independen dalam persen

Beta<sub>x</sub> = Koefisien regresi

r<sub>xy</sub> = Koefisien korelasi

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Pelaksanaan Penelitian**

##### **1. Waktu dan Tempat**

Penelitian ini dilaksanakan di media sosial Twitter. Twitter merupakan layanan media sosial yang dapat digunakan untuk membaca dan mengirim pesan berbasis teks hingga 280 karakter yang biasa disebut sebagai *tweet*. Saat ini media sosial Twitter telah menjadi satu dari sepuluh situs web yang paling banyak dikunjungi di internet.

Waktu pelaksanaan penelitian ini dibagi menjadi dua tahap, yaitu tahap penyebaran kuesioner pertanyaan terbuka dan penyebaran kuesioner tahap akhir. Penyebaran kuesioner pertanyaan terbuka (sebagai bagian dari tahap elisitasi) dilaksanakan pada tanggal 24-26 April 2022 dengan mendapatkan hasil total responden sebanyak 30 orang. Adapun penyebaran kuesioner tahap akhir, yaitu penyebaran skala penelitian, dilaksanakan pada tanggal 22-30 Mei 2022 dengan mendapatkan hasil total responden sebanyak 312 orang.

##### **2. Prosedur Pengambilan Data**

Jumlah subjek dalam penelitian ini pada awalnya sebanyak 312 responden yang diambil dari kalangan pengguna akun alter di Twitter yang merupakan pengikut base @EastJavaAlter dan @FWBESS. Namun, peneliti pada akhirnya melakukan pengurangan subjek sebanyak 72 responden, sehingga total akhir subjek menjadi 240 responden. Hal ini peneliti lakukan agar data yang dihasilkan memiliki distribusi secara normal. Data yang berdistribusi normal adalah syarat wajib agar penelitian ini dapat menggunakan teknik analisis parametrik.

##### **3. Hambatan Penelitian**

Motivasi terbesar individu menggunakan akun alter tidak terlepas dari kebebasan dan rasa aman akan kritikan dari berbagai pihak. Oleh sebab itu, permasalahan privasi identitas pribadi bagi mereka adalah hal yang paling utama. Tidak mudah bagi peneliti untuk meyakinkan masing-masing

pengguna bahwa data yang nantinya berhasil masuk pada kuesioner skala penelitian ini hanya digunakan untuk kepentingan penelitian ini semata. Sehingga, cara terbaik bagi peneliti agar bisa mendapatkan data adalah dengan meyakinkan dan menghubungi masing-masing pemilik akun alter melalui pesan pribadi (*direct message*) di media sosial Twitter. Tentu, hal ini membutuhkan ekstra kerja keras dan waktu yang tidak sebentar. Namun, keuntungan lain dari penggunaan metode ini juga bertujuan agar peneliti mengetahui bahwa responden yang mengisi kuesioner skala tersebut merupakan benar-benar pengguna akun alter dan memenuhi kualifikasi sesuai dengan karakteristik yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya.

Selain itu, dari 312 responden yang berhasil mengisi kuesioner, hanya terdapat 240 data responden yang berdistribusi normal setelah dilakukannya pembuangan outliers. Daya skeptis pengguna terhadap penelitian ini membuat sebagian pengguna akun alter tidak memberikan informasi yang sebenarnya pada kuesioner yang telah disediakan.

## B. Hasil Penelitian

### 1. Deskriptif Subjek Penelitian

#### a. Gambaran Subjek Berdasarkan Jenis Kelamin

Subjek penelitian ini adalah pengguna akun alter yang menjadi pengikut base @EastJavaAlter dan @FWBESS. Adapun rincian subjek berdasarkan jenis kelamin pada tabel 4.1 di bawah ini sebanyak 240 orang, terdiri dari laki-laki sebanyak 124 orang (51.7%) dan perempuan sebanyak 116 orang (48.3%).

Tabel 4.1  
Frekuensi berdasarkan jenis kelamin

		Jenis kelamin			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-laki	124	51.7	51.7	51.7
	Perempuan	116	48.3	48.3	100.0
Total		240	100.0	100.0	

### b. Gambaran Subjek Berdasarkan Rentang Usia

Dari data yang berhasil masuk, peneliti melakukan penyederhanaan kategorisasi usia menjadi rentang lima tahunan. Adapun rincian subjek berdasarkan rentang usianya adalah sebagai berikut:

Tabel 4.2  
Frekuensi berdasarkan rentang usia

		Rentang usia			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	10-14	1	.4	.4	.4
	15-19	20	8.3	8.3	8.8
	20-24	135	56.3	56.3	65.0
	25-29	73	30.4	30.4	95.4
	30-34	10	4.2	4.2	99.6
	35-39	1	.4	.4	100.0
	Total	240	100.0	100.0	

Berdasarkan tabel 4.2 di atas, diketahui bahwa subjek dalam penelitian ini didominasi oleh usia 20-24 tahun (56,3%). Rentang usia tersebut merupakan subjek yang masih berada dalam tahap usia remaja akhir hingga dewasa awal. Selain itu, rentang usia paling sedikit diraih oleh subjek yang berusia 10-14 tahun dan 35-39 tahun, dimana masing-masing rentang berjumlah sebanyak 1 subjek.

### c. Gambaran Subjek Berdasarkan Lama Bermain Akun Alter

Adapun gambaran subjek berdasarkan lamanya waktu bermain akun alter di media sosial Twitter dapat diketahui pada tabel berikut:

Tabel 4.3  
Frekuensi berdasarkan lama bermain akun alter

		Lama bermain akun alter			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	< 1 tahun	75	31.3	31.3	31.3
	1-2 tahun	71	29.6	29.6	60.8
	2-4 tahun	63	26.3	26.3	87.1
	4-6 tahun	13	5.4	5.4	92.5
	6-8 tahun	4	1.7	1.7	94.2

8-10 tahun	6	2.5	2.5	96.7
> 10 tahun	8	3.3	3.3	100.0
Total	240	100.0	100.0	

Pada tabel 4.3 di atas, diketahui sebanyak 75 subjek (31.3%) merupakan pemain baru dalam dunia alter, yaitu subjek yang bermain akun alter kurang dari jangka waktu satu tahun. Pada posisi kedua terdapat 71 subjek (29.6%) yang telah bermain akun alter selama 1-2 tahun. Pemain akun alter terlama, yaitu sebanyak 8 orang, yaitu telah bermain akun alter pada media sosial Twitter lebih dari 10 tahun.

#### d. Gambaran Subjek Berdasarkan Frekuensi Bermain Akun Alter Per Minggu

Selanjutnya, terdapat gambaran subjek berdasarkan frekuensi bermain akun alter dalam jangka waktu satu minggu:

Tabel 4.4  
Frekuensi bermain akun alter per minggu

		Frekuensi bermain			Cumulative
		Frequency	Percent	Valid Percent	Percent
Valid	1 hari dalam seminggu	7	2.9	2.9	2.9
	2 hari dalam seminggu	8	3.3	3.3	6.3
	3 hari dalam seminggu	16	6.7	6.7	12.9
	4 hari dalam seminggu	23	9.6	9.6	22.5
	5 hari dalam seminggu	38	15.8	15.8	38.3
	6 hari dalam seminggu	17	7.1	7.1	45.4
	7 hari dalam seminggu	131	54.6	54.6	100.0
	Total	240	100.0	100.0	

Dari 240 responden, diketahui terdapat 131 subjek (54.6%) bermain akun alter di media sosial Twitter selama 7 hari dalam seminggu. Pada posisi kedua terdapat sebanyak 38 subjek (15.8%) yang bermain akun alter di media sosial Twitter selama 5 hari dalam seminggu. Posisi terendah diwakili oleh 7 subjek (2.9%) yang bermain akun alter di media sosial Twitter selama 1 hari dalam seminggu.

## 2. Uji Asumsi

### a. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah uji untuk menentukan apakah data pada penelitian ini berdistribusi secara normal atau tidak. Distribusi data yang normal adalah syarat wajib agar penelitian ini dapat dilakukan analisis parametrik. Uji normalitas dalam penelitian ini menggunakan uji *Kolmogorov-Smirnov* dengan bantuan aplikasi SPSS versi 25 untuk windows. Dasar pengambilan keputusan pada uji *Kolmogorov-Smirnov* adalah apabila nilai signifikansi lebih dari 0.05, maka data pada penelitian ini memiliki distribusi secara normal. Adapun hasil uji *Kolmogorov-Smirnov* dapat diketahui melalui tabel berikut di bawah ini:

Tabel 4.5  
Hasil uji one sample kolmogorov-smirnov

#### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		240
Normal	Mean	.0000000
Parameters <sup>a,b</sup>	Std. Deviation	1.68648126
Most Extreme	Absolute	.055
Differences	Positive	.050
	Negative	-.055
Test Statistic		.055
Asymp. Sig. (2-tailed)		.080 <sup>c</sup>
Monte Carlo Sig. (2-	Sig.	.458 <sup>d</sup>
tailed)	99% Confidence Interval	
	Lower Bound	.445
	Upper Bound	.471

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. Based on 10000 sampled tables with starting seed 299883525.

Berdasarkan tabel 4.5 di atas, diketahui nilai *asymptotic significance 2-tailed* sebesar 0,080. Karena nilai signifikansi lebih dari 0.05, maka distribusi data dapat dikatakan normal.

## b. Uji Linearitas

Uji linearitas dilakukan untuk melihat ada tidaknya hubungan yang linear antar variabel independen dengan variabel dependen. Uji ini digunakan sebagai prasyarat analisis *pearson product moment* dan analisis regresi linear berganda. Pengujian ini dibantu dengan aplikasi SPSS versi 25. Adapun hasil pengujian dijelaskan pada tabel 4.6 di bawah ini:

Tabel 4.6  
Hasil uji linearitas sikap terhadap intensi perilaku alter ego

			Sum of		Mean		
			Squares	df	Square	F	Sig.
Total_Y1	Between	(Combined)	1412.938	109	12.963	2.096	.000
*	Groups	Linearity	726.400	1	726.400	117.453	.000
Total_X1		Deviation from Linearity	686.538	108	6.357	1.028	.439
	Within Groups		803.995	130	6.185		
	Total		2216.933	239			

Tabel 4.6 menunjukkan hasil pengujian linearitas antara sikap dengan intensi perilaku alter ego. Hasil pengolahan data diketahui nilai *significant deviation from linearity* sebesar  $0,439 > 0,050$ . Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang linear antara sikap dengan intensi perilaku alter ego.

Tabel 4.7  
Hasil uji linearitas norma subjektif terhadap intensi perilaku alter ego

			Sum of		Mean		
			Squares	df	Square	F	Sig.
Total_Y1	Between	(Combined)	871.420	79	11.031	1.312	.076
*	Groups	Linearity	120.415	1	120.415	14.319	.000
Total_X2		Deviation from Linearity	751.005	78	9.628	1.145	.236
	Within Groups		1345.514	160	8.409		
	Total		2216.933	239			

Tabel 4.7 menunjukkan hasil pengujian linearitas antara norma subjektif dengan intensi perilaku alter ego. Hasil pengolahan data diketahui nilai *significant deviation from linearity* sebesar  $0,236 > 0,050$ . Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang linear antara norma subjektif dengan intensi perilaku alter ego.

Tabel 4.8  
Hasil uji linearitas persepsi kontrol perilaku terhadap  
intensi perilaku alter ego

			Sum of		Mean		
			Squares	df	Square	F	Sig.
Total_Y1	Between	(Combined)	1859.414	105	17.709	6.637	.000
*	Groups	Linearity	1465.797	1	1465.797	549.388	.000
Total_X3		Deviation from Linearity	393.617	104	3.785	1.419	.028
	Within Groups		357.519	134	2.668		
	Total		2216.933	239			

Tabel 4.8 menunjukkan hasil pengujian linearitas antara persepsi kontrol perilaku dengan intensi perilaku alter ego. Hasil pengolahan data diketahui nilai signifikansi *deviation from linearity* sebesar  $0,028 < 0,050$  yang menghasilkan data tidak terdapat hubungan yang linear antara sikap dengan intensi perilaku alter ego. Namun, peneliti juga melihat kolom signifikansi pada baris *linearity* sebesar  $0,000 < 0,05$  yang berarti terdapat hubungan yang linear antara sikap dengan intensi perilaku alter ego. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang linear antara persepsi kontrol perilaku dengan intensi perilaku alter ego.

### c. Uji Hipotesis

Dalam pengujian hipotesis, peneliti melakukan analisis data untuk mengetahui seberapa besar pengaruh seluruh variabel independen (sumbangan simultan) terhadap variabel dependen dengan melihat nilai R-Square.

Tabel 4.9  
Hasil R Square

<b>Model Summary</b>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.833 <sup>a</sup>	.693	.689	1.697

a. Predictors: (Constant), Total\_X3, Total\_X2, Total\_X1

Berdasarkan tabel 4.9, analisis regresi menghasilkan nilai R-Square sebesar 0,693 atau 69,3%. Dengan demikian besarnya pengaruh variabel independen (sikap, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku) terhadap variabel dependen (intensi perilaku alter ego) adalah sebesar 69,3%. Sedangkan 30,7% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian.

Setelah mengetahui besarnya pengaruh seluruh variabel independen terhadap variabel dependen, langkah selanjutnya adalah menghitung signifikansi model penelitian dengan seluruh variabel independen melalui uji F. Adapun hasil uji F dapat diketahui melalui tabel berikut:

Tabel 4.10  
Hasil uji F

<b>ANOVA<sup>a</sup></b>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1537.165	3	512.388	177.889	.000 <sup>b</sup>
	Residual	679.768	236	2.880		
	Total	2216.933	239			

a. Dependent Variable: Total\_Y1

b. Predictors: (Constant), Total\_X3, Total\_X2, Total\_X1

Berdasarkan tabel 4.10, taraf signifikansi (p) dalam penelitian ini adalah 0,000. Adapun syarat model dapat disebut signifikan adalah apabila  $p < 0,05$ . Dengan demikian hipotesis H1 “Terdapat pengaruh sikap, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku terhadap intensi perilaku alter ego pada pengguna akun alter di twitter” diterima.

Peneliti juga ingin mengetahui signifikansi pada setiap koefisien variabel independen melalui uji-t. Seperti pengujian uji-F, koefisien variabel pada uji-t dapat disebut signifikan adalah jika nilai p di bawah 0,05.

Adapun hasil perhitungan koefisien masing-masing variabel independen terhadap variabel intensi perilaku alter ego dapat diketahui melalui tabel di bawah ini:

Tabel 4.11  
Hasil uji t

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	7.341	.566		12.970	.000
Total_X1	.015	.003	.208	4.886	.000
Total_X2	.001	.005	.004	.115	.909
Total_X3	.040	.002	.705	16.615	.000

a. Dependent Variable: Total\_Y1

Variabel sikap memiliki nilai koefisien sebesar 4,886 dan nilai p sebesar 0,000. Karena 0,000 lebih kecil dari 0,05 maka hipotesis H2 “Terdapat pengaruh positif variabel sikap terhadap intensi perilaku alter ego pada pengguna akun alter di twitter” diterima.

Variabel norma subjektif memiliki nilai koefisien sebesar 0,115 dan nilai p sebesar 0,909. Karena 0,909 lebih besar dari 0,05 maka hipotesis H3 “Terdapat pengaruh positif variabel norma subjektif terhadap intensi perilaku alter ego pada pengguna akun alter di twitter” ditolak.

Variabel persepsi kontrol perilaku memiliki nilai koefisien sebesar 16,615 dan nilai p sebesar 0,000. Karena 0,000 lebih besar dari 0,05 maka hipotesis H4 “Terdapat pengaruh positif variabel persepsi kontrol perilaku terhadap intensi perilaku alter ego pada pengguna akun alter di twitter” diterima.

Lebih lanjut, peneliti juga ingin mengetahui seberapa besar sumbangan efektif dari masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Apabila masing-masing hasil persentase sumbangan efektif dijumlahkan, maka total nilainya adalah sama dengan jumlah nilai R Square (R<sup>2</sup>).

Tabel 4.12  
Koefisien untuk mencari sumbangan efektif

<b>Coefficients<sup>a</sup></b>					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	7.341	.566		12.970	.000
Total_X1	.015	.003	.208	4.886	.000
Total_X2	.001	.005	.004	.115	.909
Total_X3	.040	.002	.705	16.615	.000

a. Dependent Variable: Total\_Y1

Tabel 4.13  
Korelasi untuk mencari sumbangan efektif

<b>Correlations</b>					
		Total_Y1	Total_X1	Total_X2	Total_X3
Pearson Correlation	Total_Y1	1.000	.572	.233	.813
	Total_X1	.572	1.000	.266	.515
	Total_X2	.233	.266	1.000	.246
	Total_X3	.813	.515	.246	1.000
Sig. (1-tailed)	Total_Y1	.	.000	.000	.000
	Total_X1	.000	.	.000	.000
	Total_X2	.000	.000	.	.000
	Total_X3	.000	.000	.000	.
N	Total_Y1	240	240	240	240
	Total_X1	240	240	240	240
	Total_X2	240	240	240	240
	Total_X3	240	240	240	240

Dengan menggunakan rumus untuk mencari sumbangan efektif yang telah dipaparkan pada bab 3 penelitian ini, didapatkan sumbangan efektif sebesar:

Tabel 4.14  
Besaran sumbangan efektif

Variabel	Sumbangan efektif dalam persentase
Sikap	11.89%
Norma subjektif	0.1%
Persepsi kontrol perilaku	57.31%
Total	69.3%

Pada tabel 4.14 dapat diketahui variabel sikap memberikan sumbangan efektif atau pengaruh sebesar 11.89% terhadap intensi perilaku alter ego. Variabel norma subjektif tidak memberikan sumbangan efektif terhadap intensi perilaku alter ego. Dan terakhir, variabel persepsi kontrol perilaku memberikan sumbangan efektif atau pengaruh sebesar 57.31% terhadap intensi perilaku alter ego.

### C. Pembahasan

Setelah dilakukan proses pengolahan dan analisis data, penelitian ini menghasilkan beberapa temuan yang akan dijelaskan ke dalam beberapa poin berikut:

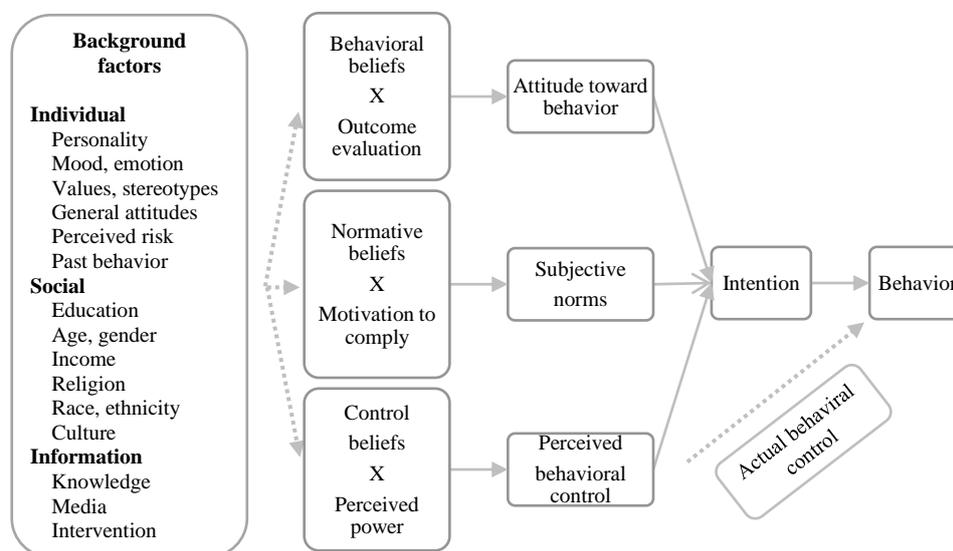
#### 1. Pengaruh Sikap, Norma Subjektif, dan Persepsi Kontrol Perilaku Terhadap Intensi Perilaku Alter Ego

Berdasarkan hasil pengolahan data diperoleh hasil adanya pengaruh sikap, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku secara bersama-sama terhadap intensi perilaku alter ego dengan persentase sebesar 69.3%, yang berarti bahwa model teori perilaku terencana mampu menggambarkan determinan intensi perilaku alter ego dengan baik. Adapun sisanya sebesar 30.7% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dikaji di dalam penelitian ini.

Terkait 30.7% adanya pengaruh dari faktor lain, teori perilaku terencana dalam model utamanya hanya mampu memprediksi intensi perilaku melalui keyakinan perilaku, normatif, dan kontrol (Fishbein & Ajzen, 2010). Dalam pendekatan model teori perilaku terencana, bagaimanapun, tidak membahas latar belakang dari mana asal usul dari keyakinan-keyakinan ini. Terdapat banyak variabel yang berpotensi dapat mempengaruhi keyakinan yang dipegang oleh individu, seperti usia, jenis kelamin, etnis, status sosial

ekonomi, pendidikan, kebangsaan, kepercayaan agama, kepribadian, suasana hati, emosi, kecerdasan, pengalaman masa lalu, paparan informasi, dukungan sosial, dan kemampuan coping. Model teori perilaku terencana sebenarnya mengetahui potensi penting dari faktor latar belakang tersebut. Namun, disajikan pada gambar 4.1 di bawah ini menunjukkan bahwa meskipun faktor latar belakang tertentu mungkin bisa saja mempengaruhi keyakinan perilaku, normatif, atau kontrol, tapi dalam teori ini tidak diperlukan untuk mencari hubungan antara faktor latar belakang dengan keyakinan.

Tabel 4.1  
Faktor latar belakang teori perilaku terencana



Mengingat banyaknya faktor latar belakang yang berpotensi relevan, sulit untuk mengetahui mana saja yang harus dipertimbangkan tanpa adanya landasan teoretis untuk memandu seleksi dimasukkannya faktor latar belakang tersebut ke dalam domain perilaku yang sedang dikaji (perilaku alter ego). Teori semacam ini bukan bagian dari kerangka konseptual model teori perilaku terencana. Namun, seorang peneliti dapat melengkapinya dengan mengidentifikasi faktor latar belakang yang sekiranya relevan. Dalam penelitian ini, peneliti tidak mencantumkan faktor tambahan atau variabel independen lain selain variabel sikap, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku. Dengan demikian, adapun pengaruh yang berasal dari

faktor lain sebesar 30.7% sisanya bisa jadi dapat dilengkapi apabila peneliti memasukkan salah satu atau beberapa variabel latar belakang di atas sebagai variabel independen ke dalam penelitian ini.

## **2. Pengaruh Sikap Terhadap Intensi Perilaku Alter Ego**

Berdasarkan hasil olahan data pada pembahasan sebelumnya didapatkan pengaruh positif antara sikap terhadap intensi perilaku alter ego. Artinya semakin tinggi sikap, semakin tinggi pula intensi perilaku alter ego. Selain itu, diketahui variabel sikap memberikan sumbangan efektif atau pengaruh sebesar 11.89% terhadap intensi perilaku alter ego.

Hal ini sejalan dengan konsep model teori perilaku terencana Ajzen (2005) bahwa secara umum, individu yang memiliki kepercayaan dengan melakukan perilaku yang sedang dipertimbangkan menghasilkan hasil yang positif, maka ia akan memiliki sikap yang favorabel terhadap perilaku tersebut. Begitu pula sebaliknya, apabila individu percaya bahwa dengan melakukan perilaku yang sedang dipertimbangkan menghasilkan hasil yang negatif, maka ia akan memegang sikap yang tidak favorabel terhadap perilaku tersebut. Dalam penelitian ini, perilaku yang dimaksud adalah perilaku alter ego. Dengan kata lain, semakin favorabel sikap subjek terhadap perilaku alter ego, maka semakin tinggi intensi subjek untuk melakukan perilaku tersebut. Semakin tidak favorabel sikap subjek terhadap perilaku alter ego, maka semakin rendah intensi subjek untuk melakukan perilaku tersebut.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa sikap subjek terhadap perilaku alter ego yang tercermin melalui kegiatan bermain akun alter adalah positif, meskipun di dalam masyarakat umum dipandang sebagai sesuatu hal yang negatif. Masyarakat memiliki stereotip bahwa akun alter adalah akun yang negatif, disebabkan oleh mayoritas akun-akun tersebut menampilkan perilaku-perilaku negatif, seperti mengunggah foto dan video sensual, memperjualbelikan konten sensual, terlibat tindakan yang melanggar norma, dan sejenisnya. Sebagai contoh, dalam penelitian Nainggolan (2021) pengguna alter @monr8e di kehidupan nyata merupakan seorang perempuan yang menggunakan hijab. Namun, di dalam akun alter,

pengguna memunculkan identitas diri berupa mengunggah foto-foto pribadi dengan berpakaian terbuka. Selain itu pengguna tersebut juga menawarkan jasa *cuddlecare* dan *lovercare* kepada para pengikutnya. Dalam penelitian Dinillah (2021) pengguna akun alter @juliebabys merupakan salah satu contoh dimana akun alter menyalurkan kegemarannya dalam memperjualbelikan konten pornografi miliknya atas dasar menguntungkan secara finansial. Terdapat interaksi yang saling membutuhkan di antara @juliebabys dengan para pengikutnya. Pengikut membutuhkan konten-konten sensual miliknya akibat adanya hasrat seksual, adapun @juliebabys mendapatkan keuntungan berupa uang yang ditransfer oleh para pengikutnya setelah ia berhasil mengirimkan hasil konten-konten tersebut.

Hasil penelitian yang menunjukkan adanya pengaruh positif menandakan bahwa pengguna akun alter lebih cenderung mempunyai penilaian yang positif dibandingkan dengan penilaian negatif terhadap perilaku alter ego, yang kemudian diikuti dengan semakin tinggi intensi yang dimiliki. Contoh-contoh hal positif dapat diketahui melalui beberapa temuan penelitian terdahulu, seperti misalnya pengguna @mabokmatcha dalam penelitian Nainggolan (2021) yang menggunakan akun alter sebagai tempat berkeluh kesah. Penelitian Siwi dan Febriana (2022) menyatakan enam narasumber pengguna akun alter di media sosial Twitter bisa mendapatkan rasa perhatian, merasa lega setelah bercerita, mendapatkan solusi, bisa menjalin hubungan relasi, hingga bisa mendapatkan pasangan. Tujuh informan pengguna akun alter ego dalam penelitian Saifulloh dan Ernanda (2018) dapat mengekspresikan apa saja yang tidak dapat diaktualisasikan di dunia nyata. Hasil penelitian Wijaya (2022) menyatakan bahwa lima mahasiswa berorientasi gay di daerah Yogyakarta merasa lega dan nyaman setelah mengungkapkan isi pikiran mereka melalui akun alter.

Pada studi pendahuluan atau studi tahap elisitasi, menurut pengguna, selain sisi negatif yang ada pada akun alter, ternyata juga mempunyai berbagai manfaat positif yang bisa didapatkan. Dari 30 responden tahap studi elisitasi, 20 responden menyatakan akun alter dapat dijadikan sebagai sarana mencari pertemanan dan relasi, 8 responden menyatakan dapat

dijadikan sebagai sarana ekspresi diri, 8 responden menyatakan dapat digunakan sebagai sarana mencari hiburan dan mengisi waktu luang, 6 responden menyatakan dapat digunakan sebagai sarana kebutuhan afeksi, 5 responden menyatakan dapat digunakan sebagai sarana menambah wawasan, dan terakhir, 2 responden menyatakan dapat digunakan sebagai sarana mencari penghasilan (lihat tabel 3.1 sebagai info selengkapnya).

### **3. Pengaruh Norma Subjektif Terhadap Intensi Perilaku Alter Ego**

Berdasarkan hasil olahan data pada pembahasan sebelumnya didapatkan bahwa norma subjektif tidak memberikan pengaruh terhadap intensi perilaku alter ego. Artinya, semakin tinggi norma subjektif, tidak memiliki pengaruh terhadap intensi. Hal ini sebenarnya adalah sesuatu yang wajar, mengingat pada teori perilaku terencana dalam beberapa penerapannya, bisa jadi ditemukan hanya sikap yang memiliki pengaruh signifikan terhadap intensi. Kemudian pada beberapa penerapan lain ditemukan adanya sikap dan persepsi kontrol perilaku yang dirasakan cukup untuk menjelaskan intensi. Atau bisa juga ketiga-tiganya, yaitu sikap, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku yang memiliki pengaruh terhadap intensi (Ajzen, 1991).

Terdapat kesepakatan secara umum bahwa lingkungan sosial bisa mempengaruhi intensi serta perilaku masyarakat. Pengaruh ini sebagian besar bisa ditangkap melalui konsep norma sosial. Secara umum, norma sosial merupakan perilaku apa saja yang boleh dan tidak boleh dilakukan dalam suatu kelompok atau komunitas (Fishbein & Ajzen, 2010). Norma sosial memberikan makna dengan cara menyesuaikan situasi dan menyediakan panduan apakah suatu perilaku dianggap pantas atau tidak pantas untuk dilakukan. Melalui sudut pandang ini, masyarakat akan dipandu oleh pola perilaku yang umum untuk dilakukan dan diperbolehkan di lingkungan sosial mereka. Dalam model teori perilaku terencana, norma merupakan persepsi akan adanya tekanan sosial yang dirasakan subjek mengenai apakah orang lain (yang dianggap penting baginya) mendukung atau tidak mendukung subjek untuk melakukan perilaku alter ego (untuk bermain akun alter). Sebagai aturan umum, semakin tinggi persepsi tekanan

sosial yang diberikan, maka semakin tinggi pula seharusnya intensi subjek dalam melakukan perilaku alter ego.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa norma subjektif tidak memiliki pengaruh terhadap intensi. Hal ini dapat disebabkan oleh bertolak belakangnya antara perilaku alter ego dengan norma yang dianut pada masyarakat tempat tinggal subjek penelitian. Akun alter tercipta dilandasi oleh adanya kebutuhan subjek untuk dapat melakukan ekspresi diri dengan bebas (Anugrah, 2019; Sie, 2022). Perilaku yang dimunculkan oleh akun alter pada media sosial Twitter sangat berbeda dengan yang biasa ditampilkan di dunia nyata akibat bertabrakan dengan norma. Seorang perempuan yang memiliki latar belakang keluarga islami, misalnya, tidak mungkin meminta pendapat kepada kedua orang tuanya mengenai apakah ia diperbolehkan untuk tidak menggunakan hijab di khalayak umum. Kemudian terdapat seorang pria gay, mungkin akan merasa kesulitan untuk memunculkan perilaku gay di kehidupan nyata akibat takut akan cacian yang dilontarkan oleh orang lain. Dua contoh tersebut di atas adalah bentuk keterwakilan dimana yang pada akhirnya membuat akun-akun alter merahasiakan identitas dirinya terhadap orang-orang yang berada di sekeliling kehidupan nyata mereka. Sehingga, mayoritas subjek pengguna akun alter tidak pernah mengetahui apakah orang lain (yang dianggap penting baginya) menganggap bahwa orang tersebut mendukung atau tidak mendukung subjek untuk melakukan perilaku alter ego yang tercermin melalui tindakan bermain akun alter di Twitter. Dalam pengertian lain, mayoritas subjek melakukan perilaku tersebut atas dasar keinginan pribadi, dan bukan dari adanya tekanan sosial untuk melakukan atau tidak melakukan. Selain itu, hal ini dibuktikan pada saat peneliti melakukan tahap studi elisitasi terhadap 30 responden penelitian. 11 responden menyatakan tidak ada individu atau kelompok lain (yang dianggap penting baginya) berpikir bahwa ia harus melakukan perilaku alter ego. Selain itu, 6 responden penelitian juga menyatakan tidak ada individu atau kelompok lain (yang dianggap penting baginya) berpikir bahwa ia dilarang untuk melakukan perilaku alter ego.

Berdasarkan informasi tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa faktor tekanan sosial tidak memberikan pengaruh terhadap intensi perilaku alter ego. Dalam hal memunculkan atau tidak memunculkan perilaku, subjek secara sadar melakukan hal tersebut atas kemauan diri subjek, dan bukan disebabkan oleh adanya tekanan sosial untuk melakukan atau tidak melakukan.

#### **4. Pengaruh Persepsi Kontrol Perilaku Terhadap Intensi Perilaku Alter Ego**

Berdasarkan hasil olahan data pada pembahasan sebelumnya didapatkan pengaruh positif persepsi kontrol perilaku terhadap intensi perilaku alter ego. Artinya, semakin tinggi persepsi kontrol perilaku, semakin tinggi pula intensi perilaku alter ego. Persepsi kontrol perilaku memberikan sumbangan efektif atau pengaruh sebesar 57.31% terhadap intensi perilaku alter ego. Sejalan dengan teori Fishbein & Ajzen (2010) bahwa dalam model teori perilaku terencana, individu akan membentuk keyakinan-keyakinan mengenai faktor pribadi dan lingkungan yang dapat memfasilitasi atau menghambat dirinya dalam melakukan perilaku yang menjadi target. Keyakinan ini disebut sebagai keyakinan kontrol, yang selanjutnya akan menghasilkan rasa efikasi diri (persepsi kontrol perilaku) yang tinggi atau rendah berkaitan dengan perilaku yang menjadi target. Jika keyakinan kontrol diidentifikasi lebih bisa memberikan fasilitas dibandingkan faktor penghambat, maka seseorang akan memiliki persepsi kontrol perilaku yang tinggi.

Mengenai adanya norma sosial yang berlaku di kehidupan nyata, subjek penelitian merasa kesulitan untuk mengekspresikan dirinya. Seorang perempuan yang memiliki latar belakang keluarga islami, misalnya, akan kesulitan apabila ingin menunjukkan bentuk tubuh yang dimiliki di kehidupan nyata akibat terbentur dengan norma. Seperti contoh dalam penelitian Nainggolan (2021) pengguna alter @monr8e di kehidupan nyata merupakan seorang perempuan yang menggunakan hijab. Namun, akibat tertabrak oleh norma, ia kemudian menuangkannya ke dalam akun alter dengan cara memunculkan identitas di mana pengguna mengunggah foto-

foto pribadi dengan pakaian terbuka. Seorang pria gay juga mungkin akan merasa kesulitan untuk memunculkan perilaku gay di kehidupan nyata akibat norma masyarakat Indonesia yang masih mengusung budaya ketimuran. Kebutuhan ekspresi diri yang belum dapat terpenuhi inilah yang kemudian membuat seseorang mencari pilihan alternatif secara aman dan tanpa khawatir mendapatkan cacian. Dalam hal ini, subjek penelitian Wijaya (2022) memilih media sosial Twitter sebagai langkah alternatif tersebut. Media sosial Twitter menawarkan fasilitas yang ramah terhadap semua kalangan dari berbagai latar belakang pemikiran dan budaya. Anonimitas pada media sosial Twitter membuat masyarakat berbondong-bondong menggunakannya sebagai wadah untuk melakukan ekspresi diri.

Selanjutnya dengan hal tersebut, variabel persepsi kontrol perilaku dalam hal ini memegang peranan sebagai variabel independen yang memberikan sumbangan paling besar terhadap intensi perilaku alter ego dibandingkan variabel independen lainnya. Pengaruh persepsi kontrol perilaku sebesar 57.31% dapat dikatakan mempunyai pengaruh yang cukup tinggi. Persentase tersebut menandakan bahwa subjek penelitian ini mempunyai sumber daya dan kesempatan yang cukup besar untuk bisa memunculkan perilaku alter ego di media sosial Twitter. Pada tahap studi elisitasi, peneliti menemukan adanya berbagai faktor yang bisa memfasilitasi individu untuk memunculkan perilaku alter ego, diantaranya yaitu apabila individu mempunyai waktu luang di dunia nyata, bosan, membutuhkan hiburan, adanya kemudahan dalam mengakses sosial media, dan apabila individu sedang berada dalam kondisi stres.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil analisis yang telah peneliti paparkan pada pembahasan sebelumnya, dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil pengujian regresi linear berganda menemukan adanya pengaruh secara simultan antara sikap, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku terhadap intensi perilaku alter ego dengan persentase sebesar 69,3% dan sisanya sebesar 30,7% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dikaji dalam penelitian ini.
2. Variabel sikap memiliki pengaruh secara positif terhadap intensi perilaku alter ego. Variabel sikap memberikan sumbangan efektif atau pengaruh sebesar 11.89%.
3. Variabel norma subjektif tidak memiliki pengaruh terhadap intensi perilaku alter ego. Hal ini disebabkan oleh subjek yang melakukan perilaku tersebut atas dasar keinginan pribadi dan bukan dari adanya tekanan sosial untuk melakukan atau tidak melakukannya.
4. Variabel persepsi kontrol perilaku memiliki pengaruh secara positif terhadap intensi perilaku alter ego. Variabel persepsi kontrol perilaku memberikan sumbangan efektif atau pengaruh sebesar 57.31%.

#### **B. Saran**

1. Bagi pengguna akun alter di Twitter diharapkan mampu untuk memilah antara yang baik dan buruk. Akun alter saat ini telah dikenal oleh masyarakat luas sebagai akun yang negatif akibat menjamurnya *base* alter yang mempromosikan kegiatan seksualitas. Padahal, akun alter juga masih banyak yang bersifat positif, misalnya saja bagi mereka yang suka menyalurkan hobi dalam bermain musik, menulis karangan berupa *threats*, dan sebagainya.
2. Bagi penelitian selanjutnya disarankan untuk mengidentifikasi faktor yang melatarbelakangi intensi lainnya sebesar 30.7% yang belum sempat dikaji di dalam penelitian ini. Selain itu, penelitian selanjutnya juga diharapkan

bisa melanjutkan penelitian ini hingga ke tahap memprediksi besaran kemunculan perilaku, sehingga tidak hanya berhenti hanya pada tahap penelitian intensi saja.

## DAFTAR PUSTAKA

- Aiken, L. R. (1985). Three Coefficients For Analyzing The Reliability And Validity Of Ratings. *Educational and Psychological Measurement*, 45(1), 131–141. <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/0013164485451012>
- Ajzen, I. (n.d.). *Icek Ajzen: Frequently Asked Questions*. University of Massachusetts Amherst. Diambil 8 Mei 2022, dari <https://people.umass.edu/aizen/faq.html>
- Ajzen, I. (1985). From Intentions to Actions: A Theory of Planned Behavior. In J. Kuhl & J. Beckmann (Ed.), *Action Control: From Cognition to Behavior*. Springer-Verlag. <https://doi.org/10.1007/978-3-642-69746-3>
- Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211. [https://doi.org/https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Ajzen, I. (2005). *Attitudes, Personality, And Behavior* (2 ed.). Open University Press.
- Ajzen, I. (2012). Martin Fishbein’s Legacy: The Reasoned Action Approach. *The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science*, 640(1), 11–27. <https://doi.org/10.1177/0002716211423363>
- Ajzen, I. (2013). *Theory of Planned Behavior Questionnaire*. <https://www.midss.org/content/theory-planned-behaviour-questionnaire/>
- Ajzen, I. (2020). The Theory of Planned Behavior: Frequently Asked Questions. *Human Behavior & Emerging Technologies*, 2(4), 1–11.
- Ajzen, I., & Fishbein, M. (1970). The Prediction of Behavior from Attitudinal and Normative Variables. *Journal of Experimental Social Psychology*, 6(4), 466–487. [https://doi.org/https://doi.org/10.1016/0022-1031\(70\)90057-0](https://doi.org/https://doi.org/10.1016/0022-1031(70)90057-0)
- Ajzen, I., & Fishbein, M. (1977). Attitude-Behavior Relations : A Theoretical Analysis and Review of Empirical Research. *Psychological Bulletin*, 84(5), 888–918. <https://doi.org/https://doi.org/10.1037/0033-2909.84.5.888>
- Ajzen, I., & Madden, T. J. (1986). Prediction of Goal-Directed Behavior: Attitudes, Intentions, and Perceived Behavioral Control. *Journal of Experimental Social Psychology*, 22(5), 453–474. [https://doi.org/10.1016/0022-1031\(86\)90045-4](https://doi.org/10.1016/0022-1031(86)90045-4)
- Ajzen, I., Madden, T. J., & Ellen, S. P. (1992). A Comparison of the Theory of Planned Behavior and the Theory of Reasoned Action. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 18(1), 3–9.
- American Psychological Association. (n.d.). *APA Dictionary of Psychology*. American Psychological Association. Diambil 7 Mei 2022, dari <https://dictionary.apa.org/alter-ego>
- Anugrah, A. F. (2019). *Fenomena Para Pelaku Akun Alter Twitter Pada Remaja Di Kota Bandung*. Universitas Pasundan.
- Ardiani, N. M. (2013). The Cultural Economy of Virtual Korean Celebrity Industry in Twitter: A Fandom Study of Korean Celebrity Roleplayer in Indonesia. *Allusion*, 2(2), 44–50. <http://journal.unair.ac.id/ALLUSION@the-cultural-economy-of-virtual-korean-celebrity-industry-in-twitter--a-fandom-study-of-korean-celebrity->

roleplayer-in-indonesia--article-7730-media-95-category-8.html

- Azwar, S. (2018). *Metode Penelitian Psikologi* (2 ed.). Pustaka Pelajar.
- Azwar, S. (2019a). *Penyusunan Skala Psikologi* (2 ed.). Pustaka Pelajar.
- Azwar, S. (2019b). *Reliabilitas dan Validitas* (4 ed.). Pustaka Pelajar.
- Cao, R. J. D. (2021). Amateur Porn in Filipino Twitter Alter Community: Affordances, Commodification, Ghettoization, and Gay Masculinity. *Media International Australia*, 179(1), 52–65. <https://doi.org/10.1177/1329878X211002845>
- Clark-Carter, D. (2004). *Quantitative Psychological Research: A Student's Handbook*. Psychology Press.
- Creswell, J. W. (2019). *Research Design: Pendekatan Metode Kualitatif, Kuantitatif, dan Campuran* (A. Fawaid & R. K. Pancasari (penerj.); 4 ed.). Pustaka Pelajar.
- Dewi, R., & Janitra, P. A. (2018). Dramaturgi Dalam Media Sosial: Second Account di Instagram Sebagai Alter Ego. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 8(3), 340–347.
- Dinillah, A. (2021). *Pornografi Pada Akun Media Sosial Twitter (Studi Kasus Pengguna Akun Alter @juliebabys)* [Universitas Islam Riau]. <https://repository.uir.ac.id/7127/>
- Farkhaty, I. Z. (2019). *Identitas Virtual Fans (Netnografi pada Fans Boyband BTS Melalui Fan Account di Twitter)* [Universitas Gadjah Mada]. <http://etd.repository.ugm.ac.id/penelitian/detail/181700>
- Fishbein, M., & Ajzen, I. (1975). *Belief, Attitude, Intention, and Behavior: An Introduction to Theory and Research*. Addison-Wesley. <https://people.umass.edu/aizen/f&a1975.html>
- Fishbein, M., & Ajzen, I. (2010). *Predicting and Changing Behavior: The Reasoned Action Approach*. Psychology Press.
- Francis, J. J., Eccles, M. P., Johnston, M., Walker, A., Grimshaw, J., Foy, R., Kaner, E. F. S., Smith, L., & Bonetti, D. (2004). *Constructing Questionnaires Based on The Theory of Planned Behavior: A Manual for Health Services Researchers*. Centre for Health Services Research, University of Newcastle. <https://openaccess.city.ac.uk/id/eprint/1735/>
- Gil, P. (2021). *What Is Twitter & How Does It Work?* Lifewire. <https://www.lifewire.com/what-exactly-is-twitter-2483331>
- Godin, G., & Kok, G. (1996). The Theory of Planned Behavior: A Review of Its Applications to Health-related Behaviors. *American Journal of Health Promotion*, 11(2), 87–98. <https://doi.org/https://doi.org/10.4278/0890-1171-11.2.87>
- Goffman, E. (1956). *The Presentation of Self in Everyday Life*. University of Edinburgh. [https://monoskop.org/images/1/19/Goffman\\_Erving\\_The\\_Presentation\\_of\\_Self\\_in\\_Everyday\\_Life.pdf](https://monoskop.org/images/1/19/Goffman_Erving_The_Presentation_of_Self_in_Everyday_Life.pdf)
- Guilford, J. P. (1956). *Fundamental Statistic in Psychology and Education* (Edisi Ket). McGraw-Hill Book Company, Inc.
- Hapsari, A. (2021). *Apa Itu Alter Ego? Apa Bedanya Kepribadian Ganda?* Hellosehat. <https://hellosehat.com/mental/mental-lainnya/alter-ego/>
- Hornby, A. S., Ashby, M., & Wehmeie, S. (2000). *Oxford Advanced Learner's Dictionary*

*of Current English*. Oxford University Press.

- Howitt, D., & Cramer, D. (2000). *First Steps in Research and Statistics: A Practical Workbook for Psychology Students*. Taylor & Francis Inc.
- Kemp, S. (2022). *Digital 2022: Indonesia*. Datareportal. <https://datareportal.com/reports/digital-2022-indonesia>
- Kirana, N. D., & Pribadi, F. (2021). Dramaturgi di Balik Kehidupan Akun Alter Twitter. *Jurnal ISIP: Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, 18(1), 39–47.
- Kusumastuti, F., Astuti, S. I., Astuti, Y. D., Birowo, M. A., Hartanti, L. E. P., Amanda, N. M. R., & Kurnia, N. (2021). *Etis Bermedia Digital*. Kementerian Komunikasi dan Informatika.
- Lemeshow, S., Hosmer, D. W., Klar, J., & Lwanga, S. K. (1997). *Besar Sampel Dalam Penelitian Kesehatan* (D. Pramono (penerj.)). Gadjah Mada University Press.
- Maharani, A. (2021). *Normalkah Orang Punya Alter Ego? Ini Kata Psikolog*. Klik Dokter. <https://www.klikdokter.com/info-sehat/read/3648319/normalkah-orang-punya-alter-ego-ini-kata-psikolog>
- Maulidhina, N. (2019). *Konsep Diri Alter Ego di Media Sosial (Studi Fenomenologi Konsep Diri Pengguna Akun Alter Ego Memposting Foto Seksi di Twitter dalam Menunjukkan Identitasnya yang Berbeda di Kota Bandung)*. Universitas Komputer Indonesia.
- Nainggolan, K. M. R. G. (2021). *Pengelolaan Kesan Pengguna Akun Alter-Ego Di Media Sosial Twitter*. Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
- Nestor, P. G., & Schutt, R. K. (2015). *Research Methods in Psychology: Investigating Human Behavior*. Sage Publications, Inc.
- Nugraha, R. P. (2020). Establishment of Role-Player as a Virtual Identity in Twitter Social Media. In S. Kholifah, M. Z. Achsin, R. Damayanti, M. Rohmadi, & M. Sudaryanto (Ed.), *B-SPACE 2019: Proceedings of the First Brawijaya International Conference on Social and Political Sciences, BSPACE, 26-28 November, 2019, Malang, East Java, Indonesia*. European Alliance for Innovation. <https://doi.org/10.4108/eai.26-11-2019.2295161>
- Piamonte, S. B. H., Quintos, M. A. M., & Iwayama, M. O. (2020). Virtual Masquerade: Understanding the Role of Twitter's Alter Community in the Social and Sexual Engagements of Men Who Have Sex With Men. *Banwa*, 13, 1–12.
- Ramdhani, N. (2011). Penyusunan Alat Pengukur Berbasis Theory of Planned Behavior. *Buletin Psikologi*, 19(2), 55–69.
- Recuero, R., Amaral, A., & Monteiro, C. (2012). Fandoms, Trending Topics and Social Capital in Twitter. *AoIR Selected Papers of Internet Research*, 13(2), 1–24. <https://journals.uic.edu/ojs/index.php/spir/article/view/8217>
- Rooney, B. J., & Evans, A. N. (2019). *Methods in Psychological Research*. Sage Publications, Inc.
- Saifulloh, M., & Ernanda, A. (2018). Manajemen Privasi Komunikasi Pada Remaja Pengguna Akun Alter Ego di Twitter. *WACANA*, 17(2), 235–245. <https://doi.org/10.32509/wacana.v17i2.652>

- Scheuermann, L., & Taylor, G. (1997). Netiquette. *Internet Research: Electronic Networking Applications and Policy*, 7(4), 269–273. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.1108/10662249710187268>
- Seftian, K. (2020). *Alter adalah Sebuah Akun Anonim yang Dipakai Mengekspresikan Diri*. Magdalene. <https://magdalene.co/story/alter-akun-anonim-media-sosial>
- Shaughnessy, J. J., Zechmeister, E. B., & Zechmeister, J. S. (2015). *Research Methods in Psychology*. McGraw-Hill Education.
- Sie, P. N. (2022). *Analisis Faktor Self-Disclosure oleh Kelompok LGBT di Indonesia melalui Akun Alter di Twitter (Studi Kasus pada Perundungan Daring Kelompok LGBT)*. Universitas Multimedia Nusantara.
- Similarweb. (2022). *Top Websites Ranking in Indonesia*. Similarweb. <https://www.similarweb.com/top-websites/indonesia/>
- Siwi, D. R., & Febriana, P. (2022). Hyperreality Dan Self Disclosure Kaum Homoseksual Di Twitter. *Jurnal Nomosleca*, 8(1), 66–80.
- Spatz, C., & Kardas, E. P. (2008). *Research Methods in Psychology*. McGraw-Hill.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sutton, S., French, D. P., Hennings, S. J., Mitchell, J. O., Wareham, N. J., Griffin, S., Hardeman, W., & Kinmonth, A. N. N. L. (2003). Eliciting Salient Beliefs in Research on the Theory of Planned Behaviour: The Effect of Question Wording. *Current Psychology: Developmental, Learning, Personality, Social*, 22(3), 234–251.
- Twitter. (n.d.). *New User FAQ*. Twitter. Diambil 7 Mei 2022, dari <https://help.twitter.com/en/resources/new-user-faq>
- Twitter Safety. (2021). *What's in a Name? The Case for Inclusivity Through Anonymity*. Twitter. <https://blog.twitter.com/common-thread/en/topics/stories/2021/whats-in-a-name-the-case-for-inclusivity-through-anonymity>
- Whitley, B. E. (2002). *Principles of Research in Behavioral Science* (2 ed.). McGraw-Hill.
- Wijaya, G. P. (2022). *Penggunaan Akun Alter Twitter Sebagai Media Komunikasi Individu Gay di Lingkungan Masyarakat*. Universitas Muhammadiyah Surakarta.

## LAMPIRAN

### Lampiran 1

#### Kuesioner pertanyaan terbuka tahap elisitasi

#### TAHAP ELISITASI

(untuk mengetahui *salient belief* dan membuat *indirect measurement*)

---

Sebelumnya saya ucapkan banyak terima kasih atas kesediaan Anda untuk mengisi kuesioner ini. Seluruh informasi yang diterima sebagai hasil dari kuesioner ini bersifat rahasia dan hanya akan dipergunakan untuk kepentingan akademis semata.

Mohon luangkan waktu beberapa menit guna memberi tahu kami mengenai apa yang Anda pikirkan tentang "Bermain akun alter di media sosial Twitter". Dalam hal ini tidak ada jawaban yang benar maupun salah, kami hanya tertarik untuk mengetahui pendapat pribadi Anda. Untuk merespon pertanyaan terbuka di bawah ini, mohon tuliskan apa saja yang langsung terlintas di dalam pikiran Anda.

#### **Behavioral Beliefs** (boleh lebih dari satu jawaban)

1. Apa keuntungan yang Anda peroleh apabila Anda bermain akun alter di media sosial Twitter?
2. Apa kerugian yang anda peroleh apabila anda bermain akun alter di media sosial Twitter?
3. Hal lain apa saja yang muncul di pikiran anda, yang merupakan konsekuensi dari bermain akun alter di media sosial Twitter?

Ketika Anda bermain akun alter di media sosial Twitter, mungkin akan terdapat individu maupun kelompok yang berpikir Anda boleh atau tidak boleh melakukan kegiatan ini.

#### **Normatives Beliefs** (boleh menyebutkan sebanyak mungkin)

1. Siapa saja individu atau kelompok yang kira-kira akan mendukung Anda untuk bermain akun alter di media sosial Twitter?
2. Siapa saja individu atau kelompok yang kira-kira tidak akan mendukung Anda untuk bermain akun alter di media sosial Twitter?

#### **Control beliefs** (boleh menyebutkan sebanyak mungkin)

1. Faktor atau kondisi apa saja yang mempermudah Anda agar bisa bermain akun alter di media sosial Twitter?
2. Faktor atau kondisi apa saja yang menyulitkan atau menghambat Anda agar bisa bermain akun alter di media sosial Twitter?

## Lampiran 2

## Kuesioner skala akhir

**INSTRUMEN PENGUKURAN**  
**MODEL TEORI PERILAKU TERENCANA**

**INFORMASI UMUM**

Nama pengguna :

Jenis kelamin :

Usia :

Berapa tahun Anda telah bermain akun alter di Twitter:

- < 1 tahun
- 1 - 2 tahun
- 2 - 4 tahun
- 4 - 6 tahun
- 6 - 8 tahun
- 8 - 10 tahun
- > 10 tahun

Seberapa sering Anda bermain akun alter di Twitter dalam seminggu:

- 1 hari dalam seminggu
- 2 hari dalam seminggu
- 3 hari dalam seminggu
- 4 hari dalam seminggu
- 5 hari dalam seminggu
- 6 hari dalam seminggu
- 7 hari dalam seminggu

### **OUTCOME EVALUATIONS**

1. Bagi saya, menambah relasi dan pertemanan adalah hal yang:  
Tidak penting 1 2 3 4 5 6 7 Penting
2. Bagi saya, melakukan ekspresi diri adalah hal yang:  
Tidak penting 1 2 3 4 5 6 7 Penting
3. Bagi saya, mencari hiburan dan mengisi waktu luang adalah hal yang:  
Tidak penting 1 2 3 4 5 6 7 Penting
4. Bagi saya, kebutuhan akan kasih sayang adalah hal yang:  
Tidak penting 1 2 3 4 5 6 7 Penting
5. Bagi saya, menambah wawasan adalah hal yang:  
Tidak penting 1 2 3 4 5 6 7 Penting
6. Bagi saya, mencari penghasilan adalah hal yang:  
Tidak penting 1 2 3 4 5 6 7 Penting

### **BEHAVIORAL BELIEFS**

1. Bermain akun alter di media sosial Twitter dapat menambah relasi dan pertemanan.  
Tidak setuju 1 2 3 4 5 6 7 Setuju
2. Bermain akun alter di media sosial Twitter dapat digunakan sebagai bentuk ekspresi diri.  
Tidak setuju 1 2 3 4 5 6 7 Setuju
3. Bermain akun alter di media sosial Twitter dapat digunakan sebagai hiburan dan mengisi waktu luang.  
Tidak setuju 1 2 3 4 5 6 7 Setuju

4. Bermain akun alter di media sosial Twitter dapat digunakan untuk mendapatkan kasih sayang  
Tidak setuju 1 2 3 4 5 6 7 Setuju
5. Bermain akun alter di media sosial Twitter dapat menambah berbagai wawasan.  
Tidak setuju 1 2 3 4 5 6 7 Setuju
6. Bermain akun alter di media sosial Twitter dapat digunakan untuk mencari penghasilan.  
Tidak setuju 1 2 3 4 5 6 7 Setuju

#### **MOTIVATION TO COMPLY**

1. Biasanya saya akan mengikuti anjuran teman alter saya.  
Tidak setuju 1 2 3 4 5 6 7 Setuju
2. Biasanya saya akan mengikuti anjuran teman dekat saya.  
Tidak setuju 1 2 3 4 5 6 7 Setuju
3. Biasanya saya akan mengikuti anjuran teman dunia nyata saya.  
Tidak setuju 1 2 3 4 5 6 7 Setuju

#### **NORMATIVE BELIEFS**

1. Teman alter saya berpikir bahwa saya tidak seharusnya 1 2 3 4 5 6 7 seharusnya bermain akun alter di media sosial Twitter
2. Teman dekat saya berpikir bahwa saya tidak seharusnya 1 2 3 4 5 6 7 seharusnya bermain akun alter di media sosial Twitter
3. Teman dunia nyata saya berpikir bahwa saya tidak seharusnya 1 2 3 4 5 6 7 seharusnya bermain akun alter di media sosial Twitter

**PERCEIVED POWER**

1. Tersedianya waktu luang di dunia nyata membuat saya bisa untuk bermain akun alter di media sosial Twitter  
Tidak setuju 1 2 3 4 5 6 7 Setuju
2. Adanya rasa bosan di dunia nyata membuat saya bisa untuk bermain akun alter di media sosial Twitter  
Tidak setuju 1 2 3 4 5 6 7 Setuju
3. Adanya rasa kebutuhan akan hiburan membuat saya bisa untuk bermain akun alter di media sosial Twitter  
Tidak setuju 1 2 3 4 5 6 7 Setuju
4. Kemudahan dalam mengakses sosial media membuat saya bisa untuk bermain akun alter di media sosial Twitter  
Tidak setuju 1 2 3 4 5 6 7 Setuju
5. Kondisi stress di dunia nyata membuat saya bisa untuk bermain akun alter di media sosial Twitter  
Tidak setuju 1 2 3 4 5 6 7 Setuju

**CONTROL BELIEFS**

1. Tersedianya waktu luang di dunia nyata membuat saya sulit 1 2 3 4 5 6 7 mudah untuk bermain akun alter di media sosial Twitter
2. Adanya rasa bosan di dunia nyata membuat saya sulit 1 2 3 4 5 6 7 mudah untuk bermain akun alter di media sosial Twitter
3. Adanya kebutuhan akan hiburan membuat saya sulit 1 2 3 4 5 6 7 mudah untuk bermain akun alter di media sosial Twitter

4. Kemudahan dalam mengakses sosial media membuat saya  
sulit 1 2 3 4 5 6 7 mudah  
untuk bermain akun alter di media sosial Twitter
  
5. Kondisi stress di dunia nyata membuat saya  
sulit 1 2 3 4 5 6 7 mudah  
untuk bermain akun alter di media sosial Twitter

### **INTENSI**

1. Selama saya memiliki akun alter di Twitter, saya berharap bisa bermain akun alter di Twitter  
Tidak setuju 1 2 3 4 5 6 7 Setuju
  
2. Selama saya memiliki akun alter di Twitter, saya ingin bermain akun alter di Twitter  
Tidak setuju 1 2 3 4 5 6 7 Setuju
  
3. Selama saya memiliki akun alter di Twitter, saya memiliki niat bermain akun alter di Twitter  
Tidak setuju 1 2 3 4 5 6 7 Setuju

## Lampiran 3

Distribusi nilai  $r_{\text{tabel}}$  signifikansi 5% dan 1%

N	The Level of Significance		N	The Level of Significance	
	5%	1%		5%	1%
3	0.997	0.999	38	0.320	0.413
4	0.950	0.990	39	0.316	0.408
5	0.878	0.959	40	0.312	0.403
6	0.811	0.917	41	0.308	0.398
7	0.754	0.874	42	0.304	0.393
8	0.707	0.834	43	0.301	0.389
9	0.666	0.798	44	0.297	0.384
10	0.632	0.765	45	0.294	0.380
11	0.602	0.735	46	0.291	0.376
12	0.576	0.708	47	0.288	0.372
13	0.553	0.684	48	0.284	0.368
14	0.532	0.661	49	0.281	0.364
15	0.514	0.641	50	0.279	0.361
16	0.497	0.623	55	0.266	0.345
17	0.482	0.606	60	0.254	0.330
18	0.468	0.590	65	0.244	0.317
19	0.456	0.575	70	0.235	0.306
20	0.444	0.561	75	0.227	0.296
21	0.433	0.549	80	0.220	0.286
22	0.432	0.537	85	0.213	0.278
23	0.413	0.526	90	0.207	0.267
24	0.404	0.515	95	0.202	0.263
25	0.396	0.505	100	0.195	0.256
26	0.388	0.496	125	0.176	0.230
27	0.381	0.487	150	0.159	0.210
28	0.374	0.478	175	0.148	0.194
29	0.367	0.470	200	0.138	0.181
30	0.361	0.463	300	0.113	0.148
31	0.355	0.456	400	0.098	0.128
32	0.349	0.449	500	0.088	0.115
33	0.344	0.442	600	0.080	0.105
34	0.339	0.436	700	0.074	0.097
35	0.334	0.430	800	0.070	0.091
36	0.329	0.424	900	0.065	0.086
37	0.325	0.418	1000	0.062	0.081

## Lampiran 4

## Hasil uji validitas dan reliabilitas skala terhadap 40 responden

## 1. Skala sikap terhadap perilaku

		Correlations						
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	Total_X1
X1.1	Pearson Correlation	1	.119	.329*	.113	.574**	-.100	.536**
	Sig. (2-tailed)		.464	.038	.486	.000	.538	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40
X1.2	Pearson Correlation	.119	1	.205	-.038	.050	.068	.393*
	Sig. (2-tailed)	.464		.204	.815	.758	.676	.012
	N	40	40	40	40	40	40	40
X1.3	Pearson Correlation	.329*	.205	1	.295	.519**	.390*	.753**
	Sig. (2-tailed)	.038	.204		.064	.001	.013	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40
X1.4	Pearson Correlation	.113	-.038	.295	1	.330*	.210	.572**
	Sig. (2-tailed)	.486	.815	.064		.037	.194	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40
X1.5	Pearson Correlation	.574**	.050	.519**	.330*	1	.326*	.764**
	Sig. (2-tailed)	.000	.758	.001	.037		.040	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40
X1.6	Pearson Correlation	-.100	.068	.390*	.210	.326*	1	.551**
	Sig. (2-tailed)	.538	.676	.013	.194	.040		.000
	N	40	40	40	40	40	40	40
Total_X1	Pearson Correlation	.536**	.393*	.753**	.572**	.764**	.551**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.012	.000	.000	.000	.000	
	N	40	40	40	40	40	40	40

\*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).  
 \*\*. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.618	6

<b>Item-Total Statistics</b>				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1.1	165.40	1206.451	.308	.590
X1.2	165.70	1314.215	.114	.663
X1.3	163.85	1039.823	.601	.479
X1.4	169.18	1123.328	.285	.606
X1.5	163.13	1034.112	.618	.473
X1.6	171.75	1160.500	.283	.603

## 2. Skala norma subjektif

<b>Correlations</b>					
		X2.1	X2.2	X2.3	Total_X2
X2.1	Pearson Correlation	1	.637**	.628**	.852**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	40	40	40	40
X2.2	Pearson Correlation	.637**	1	.807**	.913**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	40	40	40	40
X2.3	Pearson Correlation	.628**	.807**	1	.907**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	40	40	40	40
Total_X2	Pearson Correlation	.852**	.913**	.907**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	40	40	40	40

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

<b>Reliability Statistics</b>	
Cronbach's Alpha	N of Items
.869	3

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X2.1	35.05	431.536	.665	.893
X2.2	35.35	399.772	.797	.770
X2.3	36.35	415.413	.791	.778

### 3. Skala persepsi kontrol perilaku

		Correlations					
		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	Total_X3
X3.1	Pearson Correlation	1	.632**	.514**	.667**	.376*	.753**
	Sig. (2-tailed)		.000	.001	.000	.017	.000
	N	40	40	40	40	40	40
X3.2	Pearson Correlation	.632**	1	.672**	.655**	.663**	.876**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	40	40	40	40	40	40
X3.3	Pearson Correlation	.514**	.672**	1	.832**	.514**	.852**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000		.000	.001	.000
	N	40	40	40	40	40	40
X3.4	Pearson Correlation	.667**	.655**	.832**	1	.449**	.861**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.004	.000
	N	40	40	40	40	40	40
X3.5	Pearson Correlation	.376*	.663**	.514**	.449**	1	.767**
	Sig. (2-tailed)	.017	.000	.001	.004		.000
	N	40	40	40	40	40	40
Total_X3	Pearson Correlation	.753**	.876**	.852**	.861**	.767**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	40	40	40	40	40	40

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).  
\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.868	5

<b>Item-Total Statistics</b>				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X3.1	136.77	1550.640	.629	.856
X3.2	135.13	1454.728	.808	.818
X3.3	135.90	1408.092	.761	.824
X3.4	136.02	1416.589	.777	.821
X3.5	140.48	1337.128	.577	.887

#### 4. Skala intensi perilaku alter ego

<b>Correlations</b>					
		Y1.1	Y1.2	Y1.3	Total_Y1
Y1.1	Pearson Correlation	1	.583**	.671**	.871**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	40	40	40	40
Y1.2	Pearson Correlation	.583**	1	.582**	.806**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	40	40	40	40
Y1.3	Pearson Correlation	.671**	.582**	1	.900**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	40	40	40	40
Total_Y1	Pearson Correlation	.871**	.806**	.900**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	40	40	40	40

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

<b>Reliability Statistics</b>	
Cronbach's Alpha	N of Items
.815	3

<b>Item-Total Statistics</b>				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y1.1	11.53	3.538	.711	.703
Y1.2	11.38	4.292	.637	.792
Y1.3	11.60	2.759	.708	.730

## Lampiran 5

## Hasil uji validitas dan reliabilitas skala terhadap 240 responden

## 1. Skala sikap terhadap perilaku

		Correlations						
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	Total_X1
X1.1	Pearson Correlation	1	.297**	.350**	.232**	.480**	.093	.628**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.152	.000
	N	240	240	240	240	240	240	240
X1.2	Pearson Correlation	.297**	1	.468**	.254**	.257**	.068	.611**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.296	.000
	N	240	240	240	240	240	240	240
X1.3	Pearson Correlation	.350**	.468**	1	.230**	.362**	.128*	.648**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.048	.000
	N	240	240	240	240	240	240	240
X1.4	Pearson Correlation	.232**	.254**	.230**	1	.384**	.193**	.649**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.003	.000
	N	240	240	240	240	240	240	240
X1.5	Pearson Correlation	.480**	.257**	.362**	.384**	1	.160*	.683**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.013	.000
	N	240	240	240	240	240	240	240
X1.6	Pearson Correlation	.093	.068	.128*	.193**	.160*	1	.497**
	Sig. (2-tailed)	.152	.296	.048	.003	.013		.000
	N	240	240	240	240	240	240	240
Total_X1	Pearson Correlation	.628**	.611**	.648**	.649**	.683**	.497**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	240	240	240	240	240	240	240

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).  
 \* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.660	6

<b>Item-Total Statistics</b>				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1.1	170.35	1298.110	.437	.602
X1.2	169.74	1298.286	.403	.613
X1.3	167.62	1299.349	.474	.592
X1.4	178.08	1196.467	.401	.615
X1.5	167.93	1271.743	.522	.577
X1.6	178.02	1356.782	.192	.701

## 2. Skala norma subjektif

<b>Correlations</b>					
		X2.1	X2.2	X2.3	Total_X2
X2.1	Pearson Correlation	1	.506**	.373**	.764**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	240	240	240	240
X2.2	Pearson Correlation	.506**	1	.687**	.882**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	240	240	240	240
X2.3	Pearson Correlation	.373**	.687**	1	.830**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	240	240	240	240
Total_X2	Pearson Correlation	.764**	.882**	.830**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	240	240	240	240

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

<b>Reliability Statistics</b>	
Cronbach's Alpha	N of Items
.764	3

<b>Item-Total Statistics</b>				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X2.1	31.19	308.513	.478	.815
X2.2	31.07	263.542	.719	.544
X2.3	31.18	281.169	.607	.672

### 3. Skala persepsi kontrol perilaku

		<b>Correlations</b>					
		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	Total_X3
X3.1	Pearson Correlation	1	.788**	.673**	.687**	.442**	.831**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	240	240	240	240	240	240
X3.2	Pearson Correlation	.788**	1	.789**	.705**	.615**	.909**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	240	240	240	240	240	240
X3.3	Pearson Correlation	.673**	.789**	1	.830**	.591**	.904**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	240	240	240	240	240	240
X3.4	Pearson Correlation	.687**	.705**	.830**	1	.542**	.870**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	240	240	240	240	240	240
X3.5	Pearson Correlation	.442**	.615**	.591**	.542**	1	.765**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	240	240	240	240	240	240
Total_X3	Pearson Correlation	.831**	.909**	.904**	.870**	.765**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	240	240	240	240	240	240

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

<b>Reliability Statistics</b>	
Cronbach's Alpha	N of Items
.903	5

<b>Item-Total Statistics</b>				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X3.1	140.75	1898.048	.734	.887
X3.2	138.57	1803.016	.853	.862
X3.3	139.93	1782.288	.842	.864
X3.4	137.94	1922.331	.801	.875
X3.5	142.13	1864.925	.609	.921

#### 4. Skala intensi perilaku alter ego

<b>Correlations</b>					
		Y1.1	Y1.2	Y1.3	Total_Y1
Y1.1	Pearson Correlation	1	.764**	.752**	.909**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	240	240	240	240
Y1.2	Pearson Correlation	.764**	1	.811**	.927**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	240	240	240	240
Y1.3	Pearson Correlation	.752**	.811**	1	.930**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	240	240	240	240
Total_Y1	Pearson Correlation	.909**	.927**	.930**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	240	240	240	240

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

<b>Reliability Statistics</b>	
Cronbach's Alpha	N of Items
.911	3

<b>Item-Total Statistics</b>				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y1.1	11.68	4.403	.796	.893
Y1.2	11.66	4.467	.842	.858
Y1.3	11.79	4.048	.831	.866

## Lampiran 6

Tabel Koefisien Aiken's V

134 EDUCATIONAL AND PSYCHOLOGICAL MEASUREMENT

TABLE 1  
 Right-Tail Probabilities (*p*) for Selected Values of the Validity Coefficient (*V*)

No. of Items ( <i>m</i> ) or Raters ( <i>n</i> )	Number of Rating Categories ( <i>c</i> )													
	2		3		4		5		6		7			
	<i>V</i>	<i>p</i>	<i>V</i>	<i>p</i>	<i>V</i>	<i>p</i>	<i>V</i>	<i>p</i>	<i>V</i>	<i>p</i>	<i>V</i>	<i>p</i>		
2							1.00	.040	1.00	.028	1.00	.020		
3							1.00	.008	1.00	.005	1.00	.003		
3			1.00	.037	1.00	.016	.92	.032	.87	.046	.89	.029		
4					1.00	.004	.94	.008	.95	.004	.92	.006		
4			1.00	.012	.92	.020	.88	.024	.85	.027	.83	.029		
5			1.00	.004	.93	.006	.90	.007	.88	.007	.87	.007		
5	1.00	.031	.90	.025	.87	.021	.80	.040	.80	.032	.77	.047		
6			.92	.010	.89	.007	.88	.005	.83	.010	.83	.008		
6	1.00	.016	.83	.038	.78	.050	.79	.029	.77	.036	.75	.041		
7			.93	.004	.86	.007	.82	.010	.83	.006	.81	.008		
7	1.00	.008	.86	.016	.76	.045	.75	.041	.74	.038	.74	.036		
8	1.00	.004	.88	.007	.83	.007	.81	.008	.80	.007	.79	.007		
8	.88	.035	.81	.024	.75	.040	.75	.030	.72	.039	.71	.047		
9	1.00	.002	.89	.003	.81	.007	.81	.006	.78	.009	.78	.007		
9	.89	.020	.78	.032	.74	.036	.72	.038	.71	.039	.70	.040		
10	1.00	.001	.85	.005	.80	.007	.78	.008	.76	.009	.75	.010		
10	.90	.001	.75	.040	.73	.032	.70	.047	.70	.039	.68	.048		
11	.91	.006	.82	.007	.79	.007	.77	.006	.75	.010	.74	.009		
11	.82	.033	.73	.048	.73	.029	.70	.035	.69	.038	.68	.041		
12	.92	.003	.79	.010	.78	.006	.75	.009	.73	.010	.74	.008		
12	.83	.019	.75	.025	.69	.046	.69	.041	.68	.038	.67	.049		
13	.92	.002	.81	.005	.77	.006	.75	.006	.74	.007	.72	.010		
13	.77	.046	.73	.030	.69	.041	.67	.048	.68	.037	.67	.041		
14	.86	.006	.79	.006	.76	.005	.73	.008	.73	.007	.71	.009		
14	.79	.029	.71	.035	.69	.036	.68	.036	.66	.050	.66	.047		
15	.87	.004	.77	.008	.73	.010	.73	.006	.72	.007	.71	.008		
15	.80	.018	.70	.040	.69	.032	.67	.041	.65	.048	.66	.041		
16	.88	.002	.75	.010	.73	.009	.72	.008	.71	.007	.70	.010		
16	.75	.038	.69	.046	.67	.047	.66	.046	.65	.046	.65	.046		
17	.82	.006	.76	.005	.73	.008	.71	.010	.71	.007	.70	.009		
17	.76	.025	.71	.026	.67	.041	.66	.036	.65	.044	.65	.039		
18	.83	.004	.75	.006	.72	.007	.71	.007	.70	.007	.69	.010		
18	.72	.048	.69	.030	.67	.036	.65	.040	.64	.042	.64	.044		
19	.79	.010	.74	.008	.72	.006	.70	.009	.70	.007	.68	.009		
19	.74	.032	.68	.033	.65	.050	.64	.044	.64	.040	.63	.048		
20	.80	.006	.72	.009	.70	.010	.69	.010	.68	.010	.68	.008		
20	.75	.021	.68	.037	.65	.044	.64	.048	.64	.038	.63	.041		
21	.81	.004	.74	.005	.70	.010	.69	.008	.68	.010	.68	.009		
21	.71	.039	.67	.041	.65	.039	.64	.038	.63	.048	.63	.045		
22	.77	.008	.73	.006	.70	.008	.68	.009	.67	.010	.67	.008		
22	.73	.026	.66	.044	.65	.035	.64	.041	.63	.046	.62	.049		
23	.78	.005	.72	.007	.70	.007	.68	.007	.67	.010	.67	.009		
23	.70	.047	.65	.048	.64	.046	.63	.045	.63	.044	.62	.043		
24	.79	.003	.71	.008	.69	.006	.68	.008	.67	.010	.66	.010		
24	.71	.032	.67	.030	.64	.041	.64	.035	.62	.041	.62	.046		
25	.76	.007	.70	.009	.68	.010	.67	.009	.66	.009	.66	.009		
25	.72	.022	.66	.033	.64	.037	.63	.038	.62	.039	.61	.049		