

# **Analisis Kesiediaan Berbagai Identitas Digital Berdasarkan PMT: Faktor *Self Efficacy*, *Response Efficacy*, dan SNS *Experience***

**Hanum Dwi Rosidi<sup>1</sup>, Diah Priharsari<sup>2</sup>, Buce Trias Hanggara<sup>3</sup>, Andi  
Reza Perdanakusuma<sup>4</sup>**

Sistem Informasi, Universitas Brawijaya

Email: hanumdwi@student.ub.ac.id<sup>1</sup>, diah.priharsari@ub.ac.id<sup>2</sup>, buce\_trias@ub.ac.id<sup>3</sup>,  
andireza@ub.ac.id<sup>4</sup>

## **Abstrak**

Pertumbuhan *internet* telah menyebabkan sejumlah besar pengguna berpartisipasi dalam berbagai *online* global. *Social Networking Sites* (SNS) adalah *platform virtual* dimana pengguna dapat berinteraksi satu sama lain, berpartisipasi dalam berbagai kegiatan *social* dan mengumpulkan informasi mengenai anggota situs lainnya. *Protection motivation theory* (PMT) atau teori motivasi perlindungan adalah teori yang menjelaskan bagaimana situasi seseorang dalam mengelola perilakunya pada saat mengalami risiko. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh efikasi diri dan respon efikasi terhadap kekhawatiran informasi privasi dan juga untuk mengetahui kekhawatiran informasi privasi pengguna terhadap kesediaannya dalam berbagai identitas secara digital pada *social network sites*, serta untuk mengetahui apakah terdapat perbedaan antara pengalaman menggunakan jejaring *social* terhadap kesediaannya berbagi identitas secara digital. Penelitian ini menggunakan metode CB-SEM dengan menyebarkan kuesioner kepada pengguna jejaring *social* dan mendapatkan 309 responden. Setelah dilakukannya pengujian hipotesis, dapat dinyatakan bahwa semakin tinggi pengguna merasakan adanya masalah dalam privasinya maka akan semakin tinggi juga pengguna yang kurang bersedia untuk membagikan identitasnya secara digital.

**Kata Kunci:** CB-SEM, *Protection Motivavtion Theory* (PMT)

## ABSTRACT

*The growth of the internet has led to a large number of users participating in various global online. Social Networking Sites (SNS) are virtual platforms that allow users to interact with each other, participate in various social and collect information about other site members. Protection motivation theory (PMT) or protection motivation theory is a theory that explains how a person's situation manages his behavior when experiencing risk. This study aims to determine the effect of self-efficacy and efficacy responses on privacy information concerns and also to determine user privacy information concerns about their availability in various digital identities on SNS, and to find out whether there are differences between the experience of using social networks and their willingness to share identities digitally. This study used the CB-SEM method by distributing questionnaires to users of social networks and getting 309 respondents. After the hypothesis testing, it can be stated that the higher the user feels a problem in his privacy, the higher the user will also be less willing to share their identity digitally.*

**Keywords:** CB-SEM, Protection Motivavtion Theory (PMT)

## A. PENDAHULUAN

*Internet* adalah suatu situs yang dimana telah merubah tidak hanya cara individu berinteraksi, tetapi juga dengan cara mereka berkomunikasi, dan bagaimana mengakses informasi yang dibutuhkan. *Social Networking Sites* (SNS) adalah *platform virtual* dimana pengguna dapat berinteraksi satu sama lain, berpartisipasi dalam berbagai kegiatan social dan mengumpulkan informasi mengenai anggota situs lainnya (Wang, Jakson, Wang, & Gaskin, 2015). Karena semakin populernya kemajuan teknologi informasi, maka masyarakat dalam membangun relasi secara *online* dapat semakin luas. Untuk membangun suatu koneksi, pengguna harus bersedia untuk memberikan informasi dengan mengisi *profile* mereka dengan informasi pribadi, sehingga teman dan kenalan mereka dapat mencari, mengidentifikasi, dan menjangkau mereka, dan kemudian dapat berinteraksi.

Konsep identitas digital adalah seperangkat atribut global yang membentuk *online* representasi siapa sebenarnya pengguna itu (Tiwari,

2012). Sebuah identitas digital seorang individu, seperti foto pada akun orang lain ataupun akunnya sendiri. Melalui *internet*, pengguna memiliki banyak kredensial akses yang dikeluarkan dari jejaring sosial. Tiwari (2012) menjelaskan bahwa identitas adalah hal yang sulit dipahami secara konsep, karena semua tergantung dari situsnya. Misalnya, pada situs di universitas atau perguruan tinggi, identitas pengguna dapat terdiri dari nomor ID mahasiswa, kata sandi, catatan kelas, nilai (IPK). Selanjutnya, penelitian ini akan mengacu pada informasi privasi yang membuat pengguna dapat diidentifikasi di SNS. Perilaku manusia pasti berbeda-beda antar individu, karena masing-masing akan memiliki perbedaan niat dan minat yang diwakili oleh kesiediaan mereka untuk berkreasi dan berbagi identitas pribadi yang benar atau otentik, bukan yang fiktif. Niat perilaku didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang dalam melakukan atau tidak melakukan beberapa perilaku.

*Protection motivation theory* (PMT) atau teori motivasi perlindungan adalah teori yang menjelaskan bagaimana situasi seseorang dalam mengelola perilakunya pada saat mengalami risiko. Pada penelitian yang dilakukan oleh (Melati, 2020) tersebut untuk *perceived vulnerability* mengartikan bahwa sebagai suatu kerentanan diri sendiri yang terkena penyakit dan dapat mengancamnya, sedangkan untuk *response efficacy* diartikan sebagai suatu harapan dari diri sendiri yang meyakini adanya rekomendasi untuk dapat mencegah ancaman dan untuk *self-efficacy* dapat diartikan sebagai tanggapan untuk mencegah ancaman.

Dalam penelitian ini nantinya akan berfokus pada konstruk penilaian koping (*response efficacy* dan *self-efficacy*), karena penilaian koping nantinya dapat diukur dalam melakukan identifikasi dari perilaku

seseorang dimasa depan terhadap kekhawatirannya terkait informasi pribadinya dalam berbagi identitas digital.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kesediaan berbagi identitas digital berdasarkan teori PMT: faktor *self-efficacy* dan *response efficacy*, serta untuk mengetahui dan menganalisis adanya perbedaan antara *SNS experience* terhadap *willingness to share digital identities*.

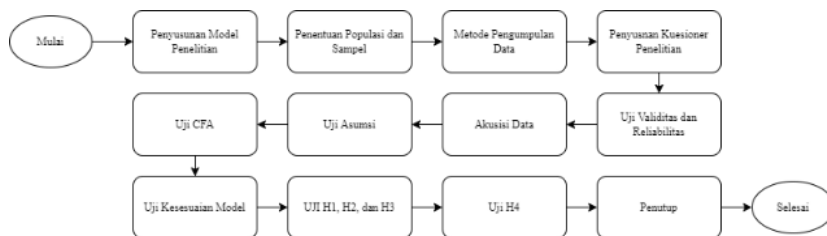
Agar data dalam penelitian ini terkumpul, peneliti mengumpulkan datanya menggunakan survei dimana terdapat instrumen dalam kuesioner penelitian. Kuesioner nantinya akan disusun sesuai dengan teori-teori pada penelitian terdahulu yang saling berkaitan. Skala yang digunakan untuk menjawab pernyataan pada kuesioner menggunakan skala likert nilai 1 sampai 5. Responden yang dapat mengisi kuesioner tersebut adalah pengguna jejaring *social*.

Penelitian terdahulu sebagai pedoman dalam penelitian ini oleh Mohamed & Ahmad (2012) yang berjudul “*INFORMATION PRIVACY CONCERNS, ANTECEDENTS AND PRIVACY MEASURE USE IN SOCIAL NETWORKING SITES: EVIDENCE FROM MALAYSIA*”. Penelitian yang dilakukan memiliki tujuan yaitu untuk mendapatkan wawasan tentang masalah informasi privasi, *antecedents*, dan ukuran privasi yang digunakan pada *social network sites*. Sampel dalam penelitian tersebut adalah mahasiswa sarjana Universitas Negeri Malaysia. Hasil dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa *self-efficacy*, *perceived severity*, *perceived vulnerability*, *gender* berhubungan terhadap *information privacy concern* dan *information privacy concern* berhubungan terhadap *privacy measure use*.

Penelitian terdahulu lainnya yang digunakan dalam penelitian ini yang dilakukan oleh Tiwari (2012) dengan judul “*UNDERSTANDING THE IMPACT OF PRIVACY CONCERNS AND TRUST ON SOCIAL NETWORKING SITES: ANALYSING USER INTENTIONS TOWARDS WILLINGNESS TO SHARE DIGITAL IDENTITIES*”. Penelitian yang dilakukan memiliki tujuan yaitu untuk mengkaji pengalaman pengguna SNS, dan mengeksplorasi bagaimana kedalaman pengalaman dan pengetahuan mereka tentang internet, kepercayaan, dan masalahnya dalam privasi berdampak pada kesiediaan individu mereka untuk berbagi informasi tentang identitas diri mereka sendiri dengan penggunaan di situs jejaring sosial. Hasil dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa jika masalah privasi pengguna memiliki dampak negatif dan berpengaruh terhadap kepercayaan, mereka kurang bersedia untuk berbagi identitas digital. Dan penelitian ini menunjukkan bahwa masalah privasi pengguna adalah alasan utama yang mempengaruhi kemauan pengguna untuk berbagi identitas digital.

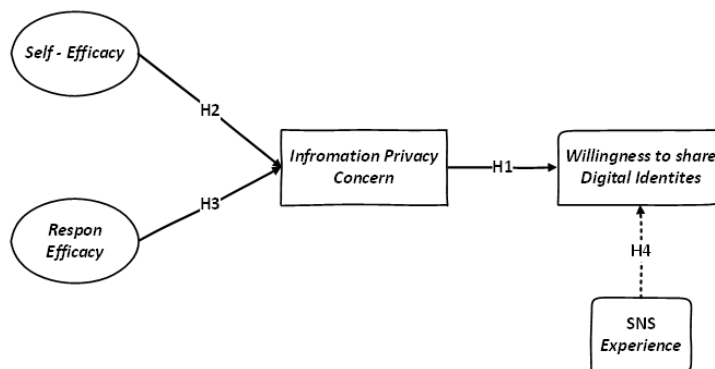
## B. METODE

Bagian ini, peneliti akan menjelaskan tahapan alur, metode, teknik pengolahan yang digunakan. Tahapan penelitian yang akan dilakukan adalah sebagai berikut:



Gambar 1. Kerangka Penelitian

Tahap awal yang dilakukan adalah studi kepustakaan untuk mempelajari dan memahami teori yang dapat digunakan dalam penelitian ini. Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif. Model penelitian di atas dirumuskan berdasarkan beberapa penelitian yang terdahulu dan yang berkaitan dengan penelitian ini. Dalam penelitian ini yaitu di atas 300 responden. Karena menurut Sarwono (2010) responden yang baik dalam penelitian SEM yaitu sebesar 200 sampai 300 responden. Berikut adalah model penelitian dalam penelitian ini:



Gambar 2. Model Penelitian

Tahap selanjutnya adalah mengumpulkan data dengan menggunakan kuesioner. Dalam penyebarannya, peneliti menggunakan fitur *google form* sebagai media dalam mengisi kuesioner. Kuesioner disusun dan dikembangkan berdasarkan literatur dan penelitian sebelumnya, untuk *self-efficacy*, *response efficacy*, dan *information privacy concern*, sebagai faktor yang mungkin mempengaruhi kesediaan pengguna SNS untuk membaggikan identitas digital mereka. Dan kemudian dapat digunakan sebagai alat survei untuk mengumpulkan data. Kuesioner harus memenuhi syarat *valid* dan reliabel.

Dalam tahap pengumpulan data yang akan diolah adalah dengan melakukan proses pembersihan data yang tidak memiliki variasi jawaban (monoton) maka peneliti menghapus jawaban dengan nilai standar deviasinya yaitu 0. Hasil dan pembahasan merupakan tahapan untuk melakukan pembahasan dari hasil pengolahan data yang telah dilakukan. Pada tahap ini peneliti bertujuan untuk memperoleh jawaban dari hipotesis yang dirumuskan dari analisis terhadap pengguna dengan rasa kekhawatiran terhadap informasi privasinya dalam kesediannya berbagi identitas secara digital pada *Social Network Sites* (SNS).

Pada tahap terakhir adalah kesimpulan. Setelah itu dapat menulis saran pada penelitian ini untuk ditunjukkan kepada peneliti selanjutnya yang akan memperbaiki dan menyempurnakan penelitian ini.

## **C. HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **1. Uji Validitas dan Reliabilitas**

Pada tahap uji validitas dimana sebelum melakukan uji reliabilitas adalah dengan menyebarkan kuesioner, peneliti melakukan *face validity* ke seorang *expert* atau ahli terlebih dahulu untuk uji validitas. Peneliti memutuskan yang menjadi penguji *expert* pada uji validitas ini adalah Dosen Fakultas Ilmu Komputer Universitas Brawijaya yaitu Diah Priharsari, S.T., M.T., Ph.D. Uji validitas dilakukan pada saat bimbingan skripsi dengan beliau. Peneliti menunjukan seluruh *instrument* kuesioner penelitian yang telah disusun untuk kemudian dicek kelayakan sebelum disebar kepada responden.

Uji reliabilitas akan dilakukan dengan cara menghitung *alpha Cronbach* dengan menggunakan *tools* SPSS. Dengan ketentuan, apabila *alpha Cronbach* ( $\alpha$ ) lebih besar dari 0.6 ( $> 0.6$ ) maka hasil dari *pilot test*

dianggap dan dinyatakan reliabel untuk digunakan sebagai inputan dalam proses penganalisaan data (Ghozali, 2018). Berikut adalah hasil dari uji reliabilitas:

Variabel	N	Alphal Cronbach ( $\alpha$ )	Ket
<i>Willingness to share digital identities</i>	7	0.857	Reliabel
<i>Self-Efficacy</i>	5	0.727	Reliabel
<i>Response Efficacy</i>	5	0.662	Reliabel
<i>Information Privacy Concern</i>	5	0.797	Reliabel

**Tabel 1. Hasil Uji Reliabilitas**

Hasil dari dilakukannya pengujian reliabilitas, dimana untuk variabel *Willingness to share digital identities* memiliki nilai *alpha cronbach* sebesar 0.857, variabel *Self-Efficacy* memiliki nilai *alpha cronbach* sebesar 0.727, variabel *Response Efficacy* memiliki nilai *alpha cronbach* sebesar 0.662, dan variabel *Information Privacy Concern* memiliki nilai *alpha cronbach* sebesar 0.797. Maka, dinyatakan data bersifat reliabel.

## 2. Akusisi Data

Dalam proses penyebaran kuesioner ini dimulai saat peneliti telah melakukan pengujian reliabilitas menggunakan *google form* yang tersedia secara *online* pada *google*. Setelah dilakukannya uji reliabilitas, diperoleh nilai *Alpha Cronbach* yang dinyatakan reliabel. Peneliti juga menyebarkan kuesioner dengan membuat *story whatsapp* dan *story Instagram*. Peneliti menyebarkan kuesioner tersebut mulai dari tanggal 26 September 2022 hingga tercapainya jumlah data sebesar 309 responden pada tanggal 29 September 2022.



### 3. Uji Asumsi

#### a. Uji Normalitas

<i>Descriptive Statistics</i>		
	<i>Skweness</i>	<i>Kurtosis</i>
<b>WSD1</b>	-0.399	-0.190
<b>WSD2</b>	-0.253	-0.714
<b>WSD3</b>	0.158	-0.828
<b>WSD4</b>	-0.228	-0.622
<b>WSD5</b>	-0.179	-0.679
<b>WSD6</b>	-0.312	-0.432
<b>WSD7</b>	-0.241	-0.699
<b>SE1</b>	-0.015	-0.805
<b>SE2</b>	-0.483	-0.820
<b>SE3</b>	-0.463	-0.278
<b>SE4</b>	-0.122	-1.026
<b>SE5</b>	-0.387	-0.620
<b>RE1</b>	-0.563	-0.448
<b>RE2</b>	-0.630	0.046
<b>RE3</b>	-0.409	-0.479
<b>RE4</b>	-0.569	0.075
<b>IPC2</b>	-0.516	-0.781
<b>IPC3</b>	-0.202	-0.644
<b>IPC4</b>	-0.089	-1.253
<b>IPC5</b>	-0.344	-0.937

**Tabel 2. Hasil Uji Normalitas**

Menurut Priharsari (2020) untuk mengetahui data yang sudah dimiliki adalah normal, maka dapat dilihat nilai *skewness* dan kurtosisnya. Sekelompok data dapat dikatakan terdistribusi normal apabila nilai kurtosis dan *skewness*-nya berada di antara -3 sampai 3. Pada tabel diatas dari hasil uji normalitas pada SPSS dinyatakan normal karena sesuai dengan kriteria.

**b. Uji Multikolinearitas**

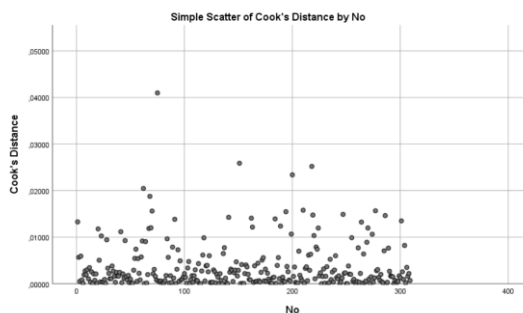
<i>Coefficients<sup>a</sup></i>		
<i>Model</i>	<i>Collinearity Statistics</i>	
	<i>Tolerance</i>	VIF
<b>1</b> ( <i>Constant</i> )		
SE	0.970	1.030
RE	0.983	1.017
IPC	0.955	1.047

*a. Dependent Variable: WSD*

**Tabel 3. Hasil Uji Multikolinearitas**

Berdasarkan hasil data uji multikolinear tersebut, dapat disimpulkan bahwa nilai *tolerance* dan nilai VIF dari masing-masing variabel bernilai sesuai kriteria yang telah disebutkan, maka hasil uji multikolinear dari setiap variabel dapat diterima dan tidak terjadinya multikolinear, dikarenakan nilai *tolerance* > 0.1 dan nilai VIF < 10.

**c. Uji Outlier**



**Gambar 3. Hasil Uji Outlier**

Menurut Priharsari (2020) jika nilai *cook distance* lebih dari 1 dianggap sebagai *outlier* atau pencilan. Berdasarkan hasil tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa tidak ditemukanya outlier pada data tersebut,

dikarenakan nilai *cook's distance* menunjukkan nilai yang tidak lebih dari 1.

#### 4. *Confirmatory Factor Analysis* (CFA)

Untuk tahap analisis uji *Confirmatory Factor Analysis* (CFA) dalam penelitian ini, peneliti menggunakan *tools* AMOS dalam menghitung nilai dari *factor loading*, *Composite Reliability* (CR), dan juga *Average Variance Extracted* (AVE). Berikut adalah ringkasan hasil perhitungan dari data tersebut:

	<i>Factor Loading</i>	<i>Error</i>
SE1	0.810	0.168
SE2	0.925	0.141
SE3	0.759	0.257
SE4	0.838	0.194
SE5	0.669	0.458
RE1	0.774	0.236
RE2	0.804	0.175
RE3	0.725	0.210
RE3	0.725	0.210
RE4	0.694	0.288
RE5	0.617	0.297
IPC1	0.787	0.222
IPC2	0.880	0.225
IPC3	0.786	0.239
IPC4	0.831	0.208
IPC5	0.793	0.368
WSD1	0.900	0.155
WSD2	0.907	0.187
WSD3	0.937	0.120
WSD4	0.893	0.223
WSD5	0.900	0.205
WSD6	0.895	0.171
WSD7	0.855	0.248

Tabel 4. Hasil Uji CFA

Setelah didapat hasil perhitungan CR dan AVE seperti tabel 4.8 diatas, maka dapat disimpulkan bahwa nilai dari CR berada diatas 0.6 dan nilai AVE berada diatas 0.5. Sehingga sesuai dengan penjelasan sebelumnya, dinyatakan bahwa seluruh nilai CR dan AVE memenuhi kriteria.

### 5. Uji Kesesuaian Model

Dari hasil analisis yang sudah dilakukan pada AMOS, peneliti dapat menyajikan data hasil dari uji kesesuaian model sebagai berikut:

Parameter	Nilai	Keterangan
<i>Comparative Fit Index (CFI)</i>	0.983	<i>Good Fit</i>
<i>Tucker-Lewis Index (TLI)</i>	0.981	<i>Good Fit</i>
<i>Root Mean Square Error of Approximation (RMSEA)</i>	0.037	<i>Good Fit</i>
<i>Root Mean Square Residual (RMR)</i>	0.028	<i>Good Fit</i>

**Tabel 5. Hasil Kesesuaian Model**

Dari hasil analisis uji kesesuaian model, dapat dijadikan kesimpulan bahwa nilai dari CFI, TLI, RMSEA, RMR dapat dikatakan “*Good Fit*” atau dapat diartikan baik. Sehingga model penelitian ini dapat diterima seluruhnya karena sudah memenuhi dan sesuai dengan syarat kriteria yang telah ditentukan.

### 6. Uji Hipotesis

#### a. Uji H1, H2, H3

Pada tahap uji H1, H2, dan H3 menggunakan metode SEM dengan *tools* AMOS, untuk mengetahui hasil dari uji H1, H2, dan H3 maka peneliti melihat nilai *P-Value* dari *output* AMOS. Pada hasil dari nilai *P-*

*Value* tersebut untuk hipotesis dapat dinyatakan diterima atau signifikan apabila nilai dari *P-Value* kurang dari 0.05 ( $< 0.05$ ) (Priharsari, 2020).

Berikut hasil uji hipotesis:

<b>Ha</b>	<b>Hipotesis</b>	<b><i>P-Value</i></b>	<b>Ket</b>
<b>H1</b>	<i>Information privacy concern</i> berpengaruh terhadap <i>willingness to share digital identities</i> .	0.008	Diterima
<b>H2</b>	<i>Self-efficacy</i> berpengaruh terhadap <i>Information privacy concern</i> .	0.004	Diterima
<b>H3</b>	<i>Response efficacy</i> berpengaruh terhadap <i>Information privacy concern</i>	0.043	Diterima

**Tabel 6. Hasil Uji H1, H2, H3**

#### **b. Uji H4**

Pada tahap uji H4 menggunakan metode uji beda Kruskal Wallis dengan *tools* IBM SPSS 26. *Output* dari uji beda Kruskal Wallis, dimana jika nanti nilai dari *P-Value*  $< 0.05$  maka dapat dinyatakan jika terdapat perbedaan signifikan rata-rata antar kelompok. Berikut adalah hasil dari uji hipotesis untuk H4 pada penelitian ini:

<b>Ha</b>	<b>Hipotesis</b>	<b><i>P-Value</i></b>	<b>Ket</b>
<b>H4</b>	Terdapat perbedaan antara <i>SNS experience</i> terhadap <i>willingness to share digital identities</i> .	0.239	Ditolak

**Tabel 7. Hasil Uji H4**

## D. PENUTUP

### Simpulan dan Saran

Simpulan pada penelitian ini adalah semakin tinggi pengguna merasakan kekhawatiran dalam privasinya maka akan semakin tinggi juga pengguna yang kurang bersedia untuk membagikan identitasnya secara digital. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa teori PMT: faktor *Self-efficacy* dan *Response efficacy* dapat menjadi faktor yang mempengaruhi niat perilaku dari *information privacy concern* dalam kesediaanya berbagi identitas secara digital pada jejaring sosial.

Diharapkan untuk penelitian yang akan dilakukan selanjutnya dapat mengembangkan variabel bebas diluar dari variabel yang sudah ada pada penelitian ini.

### DAFTAR PUSTAKA

- Wang, J., Jakson, L., Wang, H., & Gaskin, J. (2015). *Predicting Social Networking Site (SNS) Use: Personality, Attitudes, Motivation and Internet Self-Efficacy*. *Personality and Individual Differences*, 80, 119-124.
- Tiwari, S. (2012). *Understanding The Impact of Privacy Concerns and Trust on Social Networking Sites: Analysing User Intentions Towards Willingness to Share Digital Identities*. Australia: University of Southern Queensland.
- Melati, I. (2020). Penggunaan Teori Motivasi Perlindungan untuk Menjelaskan Fenomena *Panic Buying* di Periode Awal Terjadinya Pandemi COVID-19. Univ Bina Nusantara, Hlm. 1-21.
- Mohamed, N., & Ahmad, I. H. (2012). *Information Privacy Concerns, Antecedents and Privacy Measure Use in Social Networking Sites:*

- Evidence from Malaysia*. *Computers In Human Behavior* 28, 2366–2375.
- Shore, A., Prena, K., & Cummings, J. J. (2022). *To Share or Not to Share: Extending Protection Motivation Theory to Understand Data Sharing with The Police*. *Computers In Human Behavior* 130, 11.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang.
- Priharsari, D. (2020). Pengolahan SEM *Covariance-Based* dengan Modul Lavaan pada Penelitian Sistem Informasi. *Jurnal Sistem Informasi, Teknologi Informasi, dan Edukasi Sistem Informasi*, 1(1), pp. 46–56.
- Pawestri, F. D., & Jumino. (2021). Korelasi Antara *Privacy Concern* dan Perlindungan Privasi Pengguna Twitter di Indonesia. *ANUVA Valoume* 5 (2), pp. 221-236.