

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Media sosial menjadi alternatif lain bagi individu untuk mengekspresikan diri seperti yang mereka harapkan. Kamus Besar Bahasa Indonesia mendefinisikan media sosial sebagai laman atau aplikasi yang memungkinkan pengguna dapat membuat berbagai isi atau terlibat dalam jaringan sosial. Gohar F. Khan menyatakan, media sosial merupakan *platform* berbasis internet yang mudah digunakan sehingga memungkinkan para pengguna untuk membuat dan berbagi konten meliputi informasi, opini, dan minat dalam konteks yang beragam (informatif, edukatif, sindiran, kritik dan sebagainya) kepada khalayak yang lebih banyak lagi.¹ Masyarakat Indonesia terbilang cukup mudah beradaptasi dengan jenis-jenis media sosial yang baru. Namun, berdasarkan laporan digital tahunan yang dikeluarkan oleh *We Are Social* dan *Hootsuite* pada Januari 2018, ada empat kanal media sosial yang banyak digunakan masyarakat Indonesia, yaitu YouTube, Facebook, Instagram, dan Twitter²

Berdasarkan laporan *We Are Social*, ada 372,9 juta pengguna Twitter di seluruh dunia. Twitter tumbuh sangat cepat di Indonesia dan menjadi salah satu *platform* dengan pengguna sebanyak 18.450.000 di tahun 2022. Angka tersebut menjadikan Indonesia sebagai negara kelima dengan jumlah

¹ Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia, *Memaksimalkan Pengguna Media Sosial Dalam Lembaga Pemerintah*, I. (Jakarta Pusat: Direktorat Jenderal Informasi dan Komunikasi Publik, Kementerian Komunikasi dan Informatika, 2018).

² *Ibid.*, 9.

pengguna Twitter terbanyak di dunia.³ Posisi pertama ditempati oleh Amerika Serikat dengan 76.900.000 pengguna aktif. Secara umum terdapat dua kategori pengguna dalam media sosial Twitter, yaitu akun asli dan akun palsu. Akun asli merepresentasikan diri sebagai individu secara pribadi. Selain itu, belum ada ketetapan pasti mengenai jenis-jenis akun palsu di Twitter. Namun, beberapa yaitu: *fan account* (akun penggemar), *roleplayer akun* (akun bermain peran), dan *alter account* (akun *alter*).⁴

Media sosial tidak hanya digunakan sebagai alat untuk berinteraksi, tetapi juga sebagai alat untuk mengekspresikan diri. Namun, untuk mengekspresikan diri tersebut, seringkali individu merasa tidak nyaman atau enggan dalam mengekspresikan emosi mereka, alasannya karena media sosial miliknya terhubung dengan teman, keluarga, maupun orang-orang yang bertempat tinggal di sekitarnya. Individu membuat identitas virtual yang berbeda karena ketakutannya untuk melanggar norma sosial dan agama di masyarakat. Individu menciptakan identitas virtual di luar akun utamanya ketika berpartisipasi dalam kelompok yang mengenalnya dengan nama panggilan tertentu (*anonym/pseudonym*) di dunia maya.⁵

Salah satu fenomena unik yang bisa dijumpai di Twitter adalah akun *alter*. Akun *alter* merupakan akun anonim yang berfungsi sebagai representasi diri individu, serta menunjukkan sisi lain kepribadian dirinya yang berbeda dari apa yang telah diketahui oleh orang lain di dunia nyata. Piamonte, Quintos, &

³ Monavia Ayu Rizaty, "Pengguna Twitter Di Indonesia Capai 18,45 Juta Pada 2022," *dataindonesia.id* (2022).

⁴ Hafid Asfiyanto, "Intensi Perilaku Alter Ego Pada Pengguna Akun Alter Di Twitter" (UIN Maulana Malik Ibrahim, 2022).

⁵ <https://kampuspsikologi.com/akun-alter-remaja-di-sosial-media-menurut-psikologi/> diakses pada 18 Juni 2023

Iwayama mendefinisikan komunitas *alter* sebagai sekumpulan pengguna yang mengakses media sosial Twitter dengan akun berbeda dari akun yang telah diketahui oleh teman, kolega, maupun kerabat mereka. Akun yang terlibat pada komunitas ini merupakan akun anonim yang menampilkan kepribadian alternatif atau sisi lain dari individu. Identitas pada akun *alter* dengan akun utama pengguna memiliki perbedaan yang signifikan.⁶

Jika melihat pada definisinya, *alter* berasal dari Bahasa Inggris yang memiliki arti mengubah karakter dengan cara kecil namun memiliki dampak besar. Terkait dengan fenomena media sosial, akun *alter* berarti akun yang dibuat berdasarkan tujuan dan pencitraan yang berbeda. Secara harfiah, akun *alter* digunakan untuk menunjukkan sisi lain dari penggunanya. Sebagian besar akun *alter* bersifat anonim sebab kecemasan akan tidak diterimanya sisi lain pengguna oleh orang yang mengenal mereka di dunia nyata. Akun *alter* juga dapat menjadi wadah untuk meluapkan sesuatu yang mereka sembunyikan dari orang-orang yang ditemui setiap hari.⁷

Survei yang dilakukan oleh HAI menyatakan, 46% dari 300 individu memiliki akun kedua atau akun anonim, bahkan 60% individu yang telah memiliki akun kedua, masih memiliki dua akun anonim lainnya. Sebagian dari mereka menyatakan akun tersebut diberlakukan fitur privat yang juga tidak menampilkan identitas.⁸ Alasan penggunaan akun *alter* ini untuk mengikuti akun yang dinilai tidak pantas untuk diikuti oleh akun asli yang seringkali

⁶ Samuel Brando H Piamonte, Mark Anthony M Quintos, and Minami O Iwayama, "Virtual Masquerade: Understanding the Role of Twitter's Alter Community in the Social and Sexual Engagements of Men Who Have Sex with Men," *Banwa*, no. March 2020 (2020).

⁷ Hyugo Simbolon, "Mengenal Akun Alter Dalam Media Sosial," *liputan6.com* (2022).

⁸ Lilis Nosiva Rini and Rouli Manalu, "Memahami Penggunaan Dan Motivasi Akun Anonim Instagram Di Kalangan Remaja," *Interaksi Online* 9, no. 1 (2020).

berasal dari rasa gengsi. Akun kedua ini dibatasi hanya untuk orang-orang terdekat mereka dengan mengunggah sesuatu yang berbeda dengan akun utama demi menjaga profil *image* yang telah diciptakan.

Eksistensi akun anonim di kalangan pengguna media sosial Twitter bukanlah suatu hal yang baru. Akun-akun *alter* ini semakin banyak bermunculan, mengingat pengguna tidak diwajibkan menggunakan nama asli mereka. Akun *alter* biasanya tidak menggunakan identitas asli. Namun, kadang kala pengguna masih menggunakan foto pribadi dengan memberikan efek blur atau stiker pada bagian wajah.⁹ Dengan adanya anonimitas, Twitter beranggapan pengguna dapat bebas untuk mengekspresikan diri. Tiap cuitan yang diunggah pada akun *alter*nya merupakan wujud dari kebebasan berekspresi. Pengguna akun *alter* mengungkapkan diri yang selama ini disembunyikan dari orang yang mengenalnya di dunia nyata. Cuitan sepenuhnya mengungkapkan perasaan diri sehingga, cuitan yang diunggah bisa berjumlah banyak dalam satu kali waktu dengan topik yang berbeda.

Anonimitas ini membantu penggunanya untuk bisa mengekspresikan diri secara utuh. Pada media sosial Twitter, pengguna dapat dengan bebas membuat akun secara anonim. 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 hal-hal yang

⁹ Muhammad Saifulloh and Andi Ernanda, "Manajemen Privasi Komunikasi Pada Remaja Pengguna Akun Alter Ego Di Twitter," *Wacana, Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi* 17, no. 2 (2018): 235.

dianggap tabu dalam masyarakat.¹⁰ Menjadi anonim menjadi suatu pilihan ketika mengakses media sosial. Menggunakan akun anonim dapat menjadi tempat untuk menikmati sesuatu yang disukai tanpa diketahui oleh orang lain serta dirasa mampu melindungi privasi. Anonimitas yang ditawarkan menjadi sarana kebebasan berekspresi tanpa takut pandangan orang lain di sekitarnya.

Ketertarikan penelitian tentang analisis isi postingan *ngalter* di Twitter berawal dari pengamatan penulis menjumpai langsung akun-akun *alter* yang seringkali mencuit pemikirannya dengan kalimat yang menggunakan umpatan. Penelitian ini memfokuskan pada empat akun *alter* Twitter dengan menganalisis *tweet* atau cuitan pada jangka waktu Maret hingga Mei 2023 yang merupakan waktu intensitas tertinggi pengguna mengunggah *tweet* tentang keluarga bahkan lebih dari satu pada hari yang sama, sedangkan rentang bulan tersebut terdapat momen Ramadhan dan Idul Fitri yang merupakan salah satu momen penting untuk mengakrabkan diri dengan keluarga. Interaksi simbolik digunakan dalam penelitian ini untuk mengkaji makna dari simbol-simbol yang muncul pada *tweet* pengguna. Penelitian ini menggunakan analisis isi dengan pendekatan deskriptif yang dituangkan dalam bentuk penelitian yang berjudul “Analisis Isi *Ngalter* Pada Twitter”.

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang atau konteks penelitian, fokus kajian pada penelitian ini adalah bagaimana analisis isi makna postingan pengguna akun *alter* Twitter mengenai keluarga?

¹⁰ Dhavy Raga Siwi, “Hyperreality Dan Self Disclosure Kaum Homoseksual Di Twitter” 8, no. April (2022): 66–80.

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan fokus penelitian yang sudah ada, tujuan yang ingin dicapai pada penelitian ini untuk mengetahui makna postingan pengguna akun *alter* Twitter mengenai keluarga berdasarkan analisis isi.

D. Manfaat Penelitian

Dalam hasil penelitian yang berjudul “Analisis Isi Postingan *Ngalter* Pada Twitter”, nantinya akan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Teoretis

Secara akademis hasil dari penelitian ini bertujuan untuk memberikan sumbangsih keilmuan serta pengetahuan pada bidang Komunikasi dan Penyiaran Islam, khususnya untuk memahami penerapan media sosial sesuai etika yang baik.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Peneliti

Hasil dari penelitian ini dapat menambah wawasan dan pengetahuan terkait etika baik dan buruk pada media sosial khususnya penggunaan akun *alter* pada Twitter.

b. Bagi Pembaca

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan referensi bagi penelitian selanjutnya yang memiliki kajian yang serupa sehingga dapat dikembangkan lebih sempurna lagi.

E. Definisi Konsep

Definisi konsep merupakan sebuah penjelasan makna dari setiap kata yang digunakan untuk memperkecil kemungkinan terjadinya keambiguan pada saat pemahaman beberapa istilah kata yang ada dalam penelitian ini. Untuk meminimalisir sebuah pencabangan arti yang dapat menimbulkan kesalahan tafsir. Beberapa definisi konsep yang dirasa perlu untuk dimengerti adalah sebagai berikut:

1. Analisis Isi

Analisis isi adalah salah satu metode dari ilmu komunikasi yang memahami isi media. Melalui analisis ini peneliti dapat memahami gambaran atau karakteristik pesan, dan perkembangan tren dari isi pesan tersebut. Analisis isi digunakan untuk memahami isi teks dengan melihat gejala-gejala simbolik. Analisis isi digunakan untuk menganalisis seluruh pesan teks, dengan fokus pada simbol-simbol komunikasi. Tujuan dari analisis isi untuk mengungkapkan makna yang terkandung dalam suatu teks.¹¹

2. Postingan *Ngalter*

Kata *alter* sering dijumpai dan merupakan kata yang populer di media sosial Twitter. *Alter* dimaknai sebagai mengubah kepribadian melalui akun anonim yang identitas profil penggunanya kurang jelas. *Alter* dikaitkan dengan akun-akun ganda para pengguna yang memiliki

¹¹ Ayu Dwi Aprilia, "Tampilan Dampak Tekanan Sosial Pada Perempuan Dalam Buku *Imperfect* Karya Meira Anastasia" 3, no. 2 (2021): 6.

fungsi berbeda atau bertolak belakang dengan akun utamanya. *Ngalter* merupakan sebuah kegiatan yang dilakukan dalam wadah dan dimaknai sebagai kegiatan di mana seseorang mempunyai akun anonim selain akun utama untuk melakukan kegiatan-kegiatan tertentu, terlepas dari norma atau batasan khusus yang ada di kehidupan bersosial.¹² Postingan *ngalter* singkatnya merupakan postingan yang diunggah oleh akun *alter* yang identitasnya bersifat anonim atau kurang jelas.

3. Twitter

Twitter merupakan salah satu *platform* media sosial yang berbasis layanan *microblogging daring* yang memiliki batasan karakter untuk membaca dan mengirimkan sebuah kicauan atau *tweet*, serta merupakan sebuah *web-blog* yang dipersempit.¹³ Pada dasarnya, Twitter merupakan media sosial layanan pesan pendek yang hanya bisa memuat sekitar 140 hingga 230 karakter yang disebut *tweet* atau cuitan. Sebuah *tweet* tidak hanya berupa teks namun bisa disertai dengan file gambar, video, maupun rekaman suara.

F. Penelitian Terdahulu

Peneliti telah melakukan penelusuran melalui literatur dan juga sumber-sumber lainnya seperti skripsi, tesis, jurnal dan pada akhirnya peneliti menemukan judul “Analisis Isi Postingan *Ngalter* Pada Twitter” dengan ini

¹² Garry, “Fenomena ‘Ngalter’ Anak-Anak Twitter Zaman Sekarang,” *Fryonion.Com*, last modified 2021, <https://www.fryonion.com/news/esensi/fenomena-ngalter-anak-anak-twitter-zaman-sekarang>. Diakses 30 Juli 2023

¹³ Afifah Dinillah, “Pornografi Pada Akun Media Sosial Twitter (Studi Kasus Pengguna Akun Alter @juliebabys).”

peneliti menemukan beberapa penelitian yang sebelumnya telah dilaksanakan serta berhubungan dengan pembahasan peneliti, antara lain:

1. Jurnal Penelitian “Analisis Isi Twitter Politikus Indonesia Menjelang Pemilu 2014” oleh Resty Widyanty (2014). Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Diponegoro Semarang.¹⁴

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan dengan pendekatan analisis isi. Hasil penelitian menunjukkan pola politikus Indonesia dalam menggunakan twitter sebagai media berkomunikasi dengan audiens sebelum masa kampanye. Politikus Indonesia telah intensif menggunakan Twitter sebelum masa kampanye berlangsung.

Perbedaan pada penelitian ini adalah fokus kajian pada akun politikus sedangkan penelitian yang akan dilakukan berfokus pada akun *alter*. Persamaan pada penelitian ini adalah penggunaan analisis isi serta fokus kajian pada media sosial yang sama yaitu Twitter.

2. Jurnal Penelitian “Analisis Isi Pesan Dakwah Dalam Postingan Instagram Santri Online” oleh Sekar Dwi Hapsari (2021). Universitas Islam Negeri Salatiga. E-Repository Universitas Islam Negeri Salatiga.¹⁵

Penelitian ini menggunakan analisis isi dengan pendekatan deskriptif yang sejalan dengan penelitian yang akan dilakukan. Adapun tujuan dari penelitian ini untuk mencari tahu isi pesan dakwah serta kategori yang ada dalam postingan Instagram Santri Online. Hasil

¹⁴ Resty Widyanty, “Analisis Isi Twitter Politikus Indonesia Menjelang Pemilu 2014,” *ejournal3.undip.ac.id* 171, no. 6 (2014), <https://ejournal3.undip.ac.id/view/journals/eje/171/6/727.xml>.

¹⁵ Sekar Dwi Hapsari, “Analisis Isi Pesan Dakwah Dalam Postingan Instagram Santri Online,” *E-Repository Universitas Islam Negeri Salatiga* (2021).

penelitian menunjukkan media sosial menjadi suatu terobosan baru untuk berdakwah secara efektif dan efisien.

Perbedaan pada penelitian ini terletak pada media sosial yang digunakan serta akun yang menjadi objek penelitian. Persamaan pada penelitian ini adalah penggunaan analisis isi dalam pembacaan data postingan yang ada dalam ruang virtual yaitu sosial media.

3. Jurnal Penelitian “Studi Fenomenologi Kebebasan Berekspresi pada Akun *Alter* di Media Sosial Twitter” oleh Kanda Riauan Putra Thaher, Edy Sudaryanto, dan Dewi Sri Andika Rusmana (2023). Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. Volume 1 Semakom: Seminar Nasional Mahasiswa Komunikasi.¹⁶

Penelitian ini menggunakan metodologi kualitatif dan pendekatan fenomenologi. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji fenomena penggunaan akun *alter* sebagai media untuk bebas menunjukkan sisi dirinya yang tidak diketahui orang lain. Hasil dari penelitian ini ditemukan alasan bahwa penggunaan akun *alter* adalah pengguna ingin bebas mengunggah apapun, seekspressif mungkin dan tidak ingin mendapatkan respon buruk dari orang yang mengenalnya di dunia nyata.

Perbedaan pada penelitian ini adalah menggunakan teori *self-disclosure* untuk membaca data, sedangkan penulis menggunakan Analisis isi untuk membaca data. Persamaan pada penelitian ini yaitu

¹⁶ Kanda Riauan Putra Thaher, Edy Sudaryanto, and Dewi Sri Andika Rusmana, “Studi Fenomenologi Kebebasan Berekspresi Pada Akun Alter Di Media Sosial Twitter,” *Semakom: Seminar Nasional Mahasiswa Komunikasi* 1, no. 01 (2023).

berfokus pada penggunaan akun *alter* sebagai sarana kebebasan berekspresi.

4. Jurnal Penelitian “Teknik-teknik Persuasif dalam Media Sosial (Studi Analisis Isi Kualitatif pada Akun Mentor Parenting Ayah Edy di YouTube) Tahun 2015” oleh Frieda Isyana Putri dan Triyono Lukmanto, S.Sos, M.Si. Jurnal Ilmu Komunikasi Volume 4 Universitas Diponegoro Semarang.¹⁷

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan teknik *content analysis*. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan teknik-teknik persuasif yang digunakan di dalam media sosial. Hasil penelitian menunjukkan bahwa media sosial juga lebih baik digunakan sebagai media alternatif untuk komunikasi persuasif karena sifatnya yang tanpa batas dan dapat diakses di mana saja dan kapan saja.

Perbedaan dari penelitian ini adalah objek kajian yang membahas tentang teknik persuasif dalam media sosial khususnya YouTube. Adapun persamaan pada penelitian ini adalah penggunaan teknik analisis isi pada postingan sosial media.

5. Jurnal Penelitian “Manajemen Privasi Komunikasi pada Remaja Pengguna Akun *Alter Ego* di Twitter” oleh Muhammad Saifulloh dan Andi Ernanda (2018). Universitas Prof. Dr. Moestopo (Beragama).¹⁸

¹⁷ Frieda Isyana Putri and Triyono Lukmanto, “Teknik-Teknik Persuasif Dalam Media Sosial (Studi Analisis Isi Kualitatif Pada Akun Mentor Parenting Ayah Edy Di YouTube),” *Jurnal Ilmu Komunikasi* 4, no. 1 (2015),

¹⁸ Saifulloh and Ernanda, “Manajemen Privasi Komunikasi Pada Remaja Pengguna Akun *Alter Ego* Di Twitter.”

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kualitatif deskriptif dengan menggunakan metode fenomenologi. Penelitian ini bertujuan untuk melihat bagaimana manajemen privasi komunikasi pemilik akun *alter* ego menggunakan teori Manajemen Privasi Komunikasi. Dalam penelitian ini didapatkan hasil bahwa pengguna akun *alter* menerapkan batasan privat dalam penggunaannya. Penerapan tersebut berupa memotong atau menutupi bagian wajah dirinya pada foto yang diunggah. Adapun motif pada penggunaan *alter* adalah, motif identitas diri, motif interaksi, dan motif hiburan.

Perbedaan dalam penelitian terletak pada objek penelitian yang diteliti. Objek penelitian ini berfokus pada manajemen privasi yang ada pada sebuah akun *alter*. Persamaan penelitian ini adalah pembahasan terkait fenomena akun *alter* pada media sosial Twitter.

6. Jurnal Penelitian “Human Branding Anies Baswedan, Gubernur DKI Jakarta 2017-2022, pada Masa Pandemi COVID-19 di Media Sosial Twitter” oleh Leonard Refinchie, Titi Nur Vidyarini, dan Chory Angela Wijayanti Tahun 2022. Jurnal E-Komunikasi Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Kristen Petra, Surabaya.¹⁹

Penelitian ini bertujuan untuk menemukan *human branding* yang ditampilkan oleh Anies Baswedan melalui media sosial Twitter pada masa pandemi Covid-19. Penelitian ini menggunakan metode analisis isi dengan pendekatan kualitatif deskriptif.

¹⁹ Leonard dkk Refinchie and ..., “Human Branding Anies Baswedan, Gubernur DKI Jakarta 2017-2022, Pada Masa Pandemi COVID-19 Di Media Sosial Twitter,” *Jurnal e-Komunikasi* 9 No., no. 2 (2022)

Perbedaan dalam penelitian ini adalah fokus permasalahan pada *human branding* pada penggunaan media sosial. Persamaan dalam penelitian ini terletak pada penggunaan metode analisis isi serta penggunaan media sosial yang sama yaitu Twiter.

7. Jurnal Penelitian “Memahami Penggunaan dan Motivasi Akun Anonim Instagram di Kalangan Remaja” oleh Lilis Nosiva Rini dan Rouli Manalu (2020). Jurnal Interaksi Online Vol. 9 Universitas Diponegoro Semarang.²⁰

Penelitian ini bertujuan untuk melihat bagaimana perbedaan dalam penggunaan akun anonim dan akun dengan identitas asli oleh seseorang. Selanjutnya penelitian ini juga ingin mengetahui motivasi individu tersebut dalam menggunakan akun anonim. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif yang bersifat deskriptif dengan paradigma post-positivistik.

Perbedaan dalam penelitian ini pada objek yang diteliti. Fokus objek pada kajian ini berfokus pada anonimitas yang terjadi di Instagram. Persamaan dalam penelitian ini adalah penggunaan akun anonim yang digunakan untuk berbagai tujuan.

8. Jurnal Penelitian “Penggunaan Instagram Sebagai Media Interaksi Sosial Pada Mahasiswa Pendidikan Sosiologi 2019 Universitas Sultan Ageng Tirtayasa (Studi Kasus Ragam Sosial Budaya Perspektif dan Konteks Psikologi Sosial)” oleh Isni Reinati Dkk Tahun 2022.

²⁰ Rini and Manalu, “Memahami Penggunaan Dan Motivasi Akun Anonim Instagram Di Kalangan Remaja.”

Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Sultan Ageng Tirtayasa. *urnal Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial (JPIPS)*.²¹

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penggunaan instagram sebagai media interaksi sosial pada Mahasiswa Pendidikan Sosiologi 2019 Universitas Sultan Ageng Tirtayasa (Studi kasus ragam sosial budaya perspektif dan konteks psikologi sosial).

Perbedaan penelitian ini terletak pada fokus utama peneliti pada media sosial instagram. Kesamaan penelitian ini ialah penggunaan teori yang sama yaitu interaksionisme simbolik Herbert Mead serta fokus kajian pada media sosial.

²¹ Isni Reniati et al., "Penggunaan Instagram Sebagai Media Interaksi Sosial Pada Mahasiswa Pendidikan Sosiologi 2019 Universitas Sultan Ageng Tirtayasa," *Journal Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial* 14, no. 2 (2022): 363–370.