



BRPKM

Buletin Riset Psikologi dan Kesehatan Mental

<http://e-journal.unair.ac.id/BRPKM>

e-ISSN: 2776-1851



ARTIKEL PENELITIAN

Pengaruh Faktor *Alpha* Dalam Kepribadian *Big Five*, *Environmental Demands*, Dan Tipe Kedekatan Hubungan Terhadap Persepsi Atas Kegunaan & *Likeability* Fitur *Read Receipts* Pada *Receiver*

BIANDA MAULY ADYA*

Departemen Psikologi Klinis dan Kesehatan Mental, Fakultas Psikologi Universitas Airlangga

ABSTRAK

Keberadaan fitur read receipts menimbulkan ketidaknyamanan bagi sebagian pengguna. Penelitian ini menguji keberadaan peran faktor alpha dalam kepribadian big five (neuroticism, agreeableness, dan conscientiousness); tipe kedekatan hubungan dengan lawan bicara; dan environmental demands dalam memprediksi sikap emerging adults atas fitur read receipts pada penerima pesan. Responden survei ini (N = 210) berusia 18–25 tahun, bertempat tinggal di Indonesia, dan merupakan pengguna aplikasi pesan singkat. Dilakukan analisis korelasi penuh dan regresi linier berganda hierarkis. Ditemukan keberadaan peran faktor alpha dalam memprediksi sikap emerging adults atas read receipts pada penerima pesan, hanya jika kedekatan hubungan tidak diperhitungkan dalam analisis; kedekatan hubungan dengan lawan bicara memainkan peran yang sangat besar dalam memprediksi sikap; dan tidak ditemukan keberadaan peran environmental demands dalam memprediksi sikap. Penelitian selanjutnya dapat mencoba melihat peran mediasi dampak emosional dan perilaku dari fitur read receipts terhadap sikap atas fitur read receipts dan mengontrol distraksi yang ditimbulkan dari fitur read receipts, jenis pekerjaan, dan tingkat media multitasking. Pengembang aplikasi pesan singkat dapat mengembangkan pengaturan fitur read receipts agar dapat diaktivasi pada lawan bicara tertentu saja.

Kata kunci: *environmental demands, emerging adults, faktor alpha, kedekatan hubungan, kepribadian big five, read receipts, sikap*

ABSTRACT

The presence of read receipts feature creates inconvenience for some users. This research examines the role of alpha-factor in big five personality; relationship closeness type with conversation partner; and environmental demands in predicting the attitudes of emerging adults towards the read receipts feature on message recipients. Respondents of this survey study was (N = 210) aged 18–25 years, residing in Indonesia, and are users of short message applications. Full correlation analysis and hierarchical multiple linear regression were performed. There was a role of alpha-factor in predicting the attitude of emerging adults towards read receipts in message recipients, only if relationship closeness was not taken into account in the analysis; relationship closeness plays the biggest role in predicting attitudes; and no role of environmental demands was found in predicting attitudes. Future research can try to see the mediating role of emotional and behavioral impact of the read receipts feature and controlling the distractions caused by the read receipts feature, type of work, and media

multitasking level. Application developers may consider to develop settings, hence the read receipts feature can only be activated in certain conversations.

Keywords: *alpha-factor, attitudes, big five personality, environmental demands, emerging adults, read receipts, relationship closeness*

Buletin Penelitian Psikologi dan Kesehatan Mental (BRPKM), 2022, Vol. X(no), pp,

*Alamat korespondensi: Fakultas Psikologi Universitas Airlangga, Kampus B Universitas Airlangga Jalan Airlangga 4-6 Surabaya 60286. Surel: **bianda.mauliyadya-2019@psikologi.unair.ac.id**



Naskah ini merupakan naskah dengan akses terbuka dibawah ketentuan the Creative Common Attribution License (CC-BY-4.0) (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0>), sehingga penggunaan, distribusi, reproduksi dalam media apapun atas artikel ini tidak dibatasi, selama sumber aslinya disitir dengan baik.

PENDAHULUAN

Pada tahun 2021, 79,3% penduduk Indonesia merupakan pengguna Mobile Instant Messaging (MIM) (Ceci, 2021). Aplikasi MIM terpopuler hingga Januari 2022, berdasarkan jumlah pengguna aktif bulanan secara global adalah WhatsApp, dengan 2 miliar pengguna (Dixon, 2022). Sebanyak 31% pengguna WhatsApp di Amerika Serikat berusia 18–34 tahun (Ceci, 2022). Sedangkan di Finlandia, pengguna MIM untuk usia 16–24 tahun mencapai 94% (Clausnitzer, 2021). Di Indonesia, 30,7% dari pengguna media sosial berada pada rentang usia 18 hingga 24 tahun (Nurhayati-Wolff, 2021). Angka tersebut merupakan angka kedua terbanyak setelah populasi usia 25 hingga 34 tahun, yaitu 34,1% (Nurhayati-Wolff, 2021).

WhatsApp sebagai salah satu aplikasi MIM memiliki sebuah fitur—“Laporan Baca” atau “*Read Receipts*”. *Read receipts* adalah isyarat atau indikator untuk memantau pengiriman pesan ke penerima yang dituju (Alhddad, 2015). Pengguna MIM yang mengaktifkan fitur *read receipts* mencapai 80%, dan sebanyak kurang lebih 80% dari mereka mengetahui cara mematikan fitur tersebut (Blabst & Diefenbach, 2017). Ditulis oleh Alhddad (2015), ada tiga tingkat *read receipts* yang menunjukkan status pesan. Misalnya, di aplikasi WhatsApp, satu tanda centang abu-abu berarti pesan berhasil dikirim, dua tanda centang abu-abu berarti pesan berhasil dikirim ke ponsel penerima, dan dua tanda centang biru berarti penerima telah membaca pesan. Aplikasi MIM lainnya menggunakan konsep status pesan yang sama tetapi dalam bentuk indikator lain, seperti huruf atau kata. *Read receipts* di beberapa aplikasi mencakup waktu dan tanggal pengiriman dan pembacaan pesan.

Di kehidupan sehari-hari, aktivasi fitur *read receipts* menimbulkan persoalan sosial. Ada pendapat yang mengatakan bahwa mematikan fitur *read receipts* dianggap tidak sopan, licik, dan mengindikasikan ketidakjujuran dalam berkomunikasi. Dilansir Suara.com (15/06/2020), tokoh agama Aa Gym berpendapat bahwa mendeaktivasi fitur centang biru (*read receipts*) berakibat pada tidak adanya pertanda bahwa pesan telah dikonfirmasi ataupun belum. Hal tersebut senada dengan simpulan dari Wenerda (2020), deaktivasi fitur *read receipts* akan mengurangi efektivitas proses komunikasi, karena terdapat proses penundaan oleh lawan bicara yang tidak kunjung memberi balasan.

Aa Gym juga menyarankan untuk mengucapkan maaf apabila sudah membaca pesan namun belum bisa membalas. Selain Aa Gym, tokoh agama Ustaz Basri Suwarno juga berpendapat bahwa mematikan centang biru (*read receipts*) adalah perilaku tercela dan terlarang (Suara.com, 2020).



Gambar 1. Persoalan Sosial Penggunaan Centang Biru pada Mobile Instant Messaging WhatsApp.

Sumber:

<https://twitter.com/AREAJULID/status/1478049882841616385?s=20&t=KgleDKDKr0PcEUpAEICOPA>

Fitri & Pangestu (2022) menyimpulkan bahwa secara syariat, hukum mendeaktivasi fitur *read receipts* adalah subjektif–tergantung pada cara pengguna memanfaatkannya–pada hal baik atau buruk. Dari salah seorang narasumber Fitri & Pangestu (2022), yaitu Ustadz Shofiyurrokhim, S.Pd.I., hukum mendeaktivasi fitur *read receipts* adalah boleh, namun akan menjadi haram jika berakibat menyakiti orang lain. Salah satu sumber lainnya, yaitu K.H. Abdul Wahib, menyatakan bahwa hukumnya adalah makruh–mengarah kepada haram. Hal tersebut dikarenakan adanya unsur kesengajaan untuk berbohong pada orang yang mengirimkan pesan pada orang tersebut, menyakiti lawan bicara, dan terdapat unsur penghindaran dari tanggung jawab.

Dilansir wolipop (09/01/2022), pakar komunikasi dari Universitas Pelita Harapan, Dr. Emrus Sihombing, menyatakan bahwa saat berkomunikasi lewat WhatsApp, berarti terdapat niat/kepentingan yang hendak disampaikan pada penerima pesan. Sehingga, akan lebih ideal untuk menggunakan centang biru serta menjawab/membalas pesan, karena fungsi memiliki handphone adalah untuk berinteraksi dengan orang lain.

Di sisi lain, Dr. Emrus menyampaikan bahwa handphone merupakan sesuatu yang bersifat privasi/kepentingan pribadi, sehingga mendeaktivasi centang biru & tidak menjawab pesan merupakan hak setiap pengguna WhatsApp. Bahkan, perilaku tersebut juga dianggap etis & baik untuk diri pengguna, karena bisa jadi pesan tersebut adalah gangguan, ancaman, penipuan, atau tidak sesuai etika. Sehingga, pesan tersebut tidak perlu dijawab karena hanya akan menghabiskan energi pengguna. Penilaian etis atau tidak terkait deaktivasi centang biru pada WhatsApp, bergantung pada perspektif masing-masing orang.

Masih dari sudut pandang ilmu komunikasi, beberapa alasan seseorang mendeaktivasi fitur *read receipts* adalah adanya perbedaan proses dan pengelolaan dalam penerimaan informasi, yang dikombinasikan dengan kemampuan negosiasi serta agensi dari pengirim dan penerima agar dapat memposisikan diri dalam proses-proses komunikasi (Wenerda, 2020).

Secara psikologis, Lynden & Rasmussen (2017) mengemukakan bahwa *read receipts* berhubungan dengan dampak emosional seperti perasaan cemas. Riset oleh Blabst & Diefenbach (2017) menunjukkan, 42% orang cenderung setuju dengan item “akan lebih rileks tanpa *read receipts*.” Vorderer, dkk. (2016) mengungkapkan bahwa 85% peserta mengonfirmasi bahwa respons mereka akan lebih cepat dengan *read receipts* yang diaktifkan, karena mereka merasa tidak sopan membiarkan pengirim menunggu ketika dia tahu bahwa pesan telah dibaca. Hanya 32% peserta yang mengatakan mengaktifkan *read receipts* tidak akan mempengaruhi perilaku merespons mereka (Vorderer, dkk., 2016).

Lynden & Rasmussen (2017) menyatakan bahwa efek terbesar dalam *read receipts* terlihat dalam hubungan pacar/berkencan. Di Timur Tengah & Amerika Utara, kedua wilayah sangat setuju untuk menggunakan *read receipts* dengan pasangan romantis mereka (Alhddad, 2015). Saat berhadapan dengan keluarga, teman dekat atau rekan kerja, orang tampak kurang peduli (Lynden & Rasmussen, 2017).

Selain konteks sosial seperti kedekatan hubungan antara penerima dan pengirim, beberapa faktor lain seperti kepribadian dan gaya hidup individu juga berpengaruh pada efek *read receipts* (Lynden & Rasmussen, 2017). Namun, belum diungkapkan secara jelas pada riset Lynden & Rasmussen (2017) mengenai sejauh mana kepribadian berperan pada persepsi atas kegunaan & likeability fitur *read receipts* pada penerima pesan.

Di Indonesia, keberadaan media sosial ditemukan berpengaruh pada perubahan hubungan sosial maupun keseimbangan pada sistem dan lembaga masyarakat, seperti nilai yang dianut, sikap, dan juga pola perilaku (Cahyono, 2016). Pada aplikasi pesan singkat Telegram, tingkat kepuasan penggunaan pada mahasiswa ditemukan dipengaruhi oleh variabel nilai (*value*), keinginan (*desirability*), dan kegunaan (*usability*) (Andharisha, 2021). Pada aplikasi pesan singkat Line, fitur laporan baca diketahui mempengaruhi sikap pengguna dalam penerimaannya untuk digunakan di ponsel pintarnya (Latipaturrachmaniah & Rahayu, 2021). Sedangkan aplikasi WhatsApp ditemukan berpengaruh pada kinerja karyawan atas kemudahannya dalam media penyampaian informasi dan koordinasi pekerjaan (Musdalifah & Iswandari, 2020).

Namun, belum ada penelitian yang mengulas tentang sejauh apa peran kepribadian pada sikap individu secara spesifik terhadap fitur *read receipts*, utamanya di Indonesia. Penelusuran menggunakan kata kunci “*read receipt tanda terima baca*”, “*read receipts Indonesia*,” “*read receipts WhatsApp*,” “*centang biru WhatsApp*,” “*laporan baca WhatsApp*,” “*laporan baca read WhatsApp*,” “*laporan baca read WhatsApp psikologi*,” “*laporan baca read WhatsApp kepribadian*,” dan “*read receipts WhatsApp tanda terima baca*” pada laman Google Scholar, Web of Science™, dan Scopus tidak menghasilkan temuan yang relevan. Dengan demikian, penelitian ini akan mengkaji lebih jauh terkait pengaruh faktor trait, seperti kepribadian dan faktor state seperti kedekatan hubungan, terhadap persepsi atas kegunaan dan *likeability* fitur *read receipts* pada *receiver*.

Penelitian ini merupakan penelitian ekstensi dari Lynden & Rasmussen (2017). Pada penelitiannya, Lynden & Rasmussen (2017) menggunakan faktor kepribadian dan konteks sosial yang dihubungkan dengan sikap atas *read receipts*. Kajian Lynden & Rasmussen (2017) memandang *read receipts* melalui perspektif ilmu komunikasi dan memiliki beberapa keterbatasan. Secara umum, alat ukur yang digunakan dalam menggali aspek sikap dan kepribadian tidak tergambar dengan jelas. Tidak ada deskripsi mengenai validitas, reliabilitas, dan dimensionalitas dari alat ukur tersebut. Tidak pula dituliskan gambaran perhitungan skoring dari alat ukur yang ada. Di samping itu, tidak ada gambaran statistika secara inferensial dari hasil penelitian tersebut. Penelitian ini akan menguji variabel-variabel tersebut, namun dengan beberapa modifikasi dan pembuktian uji inferensial.

Dalam menjelaskan prediktor kepribadian dan sikap atas *read receipts*, Lynden & Rasmussen (2017) memiliki definisi yang berbeda dengan definisi konstruk kepribadian dan sikap menurut psikologi. Faktor kepribadian yang diukur oleh Lynden & Rasmussen (2017) adalah “*insecurity*” dan “*conscientiousness*,” serta “*lifestyle e.g. how busy, how planned*.” Sedangkan konstruk sikap diukur dengan indikator sikap positif, negatif, dan netral. Keterbatasan lain dari penelitian Lynden & Rasmussen (2017) adalah dua konstruk tersebut diukur hanya dengan satu butir, yang kemudian menimbulkan persoalan kelemahan reliabilitas.

Dalam psikologi, konstruk *insecurity* dan *conscientiousness* dapat digali lebih jauh menggunakan inventori kepribadian Big Five dalam dimensi Neuroticism dan Conscientiousness. Digman (1997) dan DeYoung, dkk. (2002) mengemukakan bahwa dimensi Neuroticism (negatif) dan Conscientiousness berkorelasi dalam sebuah dimensi kepribadian yang lebih tinggi lagi, yaitu Stability atau bisa juga disebut dengan model faktor alpha. Namun, model faktor alpha menjelaskan bahwa kedua dimensi tersebut juga memiliki korelasi dengan dimensi Agreeableness dalam Big Five Personality. Secara teori sosial, faktor alpha dapat diartikan sebagai faktor/trait yang diinginkan/diterima secara sosial (*socially desirable*) (Digman, 1997). Permusuhan, neurotisme, dan kelalaian adalah sifat-sifat yang tidak diinginkan dalam masyarakat mana pun, sedangkan keramahan (*agreeableness*), stabilitas emosi (*emotional stability*), dan kehati-hatian (*conscientiousness*) telah lama menjadi nilai moral yang dilestarikan (Digman, 1997).

Meski demikian, penelitian terdahulu mengenai keterkaitan kepribadian, khususnya dimensi penyusun faktor alpha dalam dengan penggunaan aplikasi pesan singkat juga belum menunjukkan

arah yang signifikan. Anu (2022) menyimpulkan bahwa penggunaan aplikasi pesan singkat WhatsApp tidak memiliki dampak yang signifikan dengan kepribadian. Padahal, Muscanell & Guadango (2012) menemukan bahwa individu dengan Conscientiousness tinggi dilaporkan lebih cenderung untuk berkirim pesan pribadi. Tidak terarahnya hubungan tersebut juga ditemukan pada riset Sindermann, dkk. (2021) yang mengemukakan bahwa pada dimensi agreeableness, individu cenderung menggunakan WhatsApp dan setidaknya satu aplikasi pesan singkat alternatif akibat masalah perlindungan data. Sedangkan pada dimensi conscientiousness, individu justru tidak menggunakan baik WhatsApp maupun alternatif apa pun karena masalah perlindungan data (Sindermann, dkk., 2021). Pada dimensi neuroticism, individu pengguna WhatsApp tidak menggunakan aplikasi pesan singkat lainnya sebagai alternatif karena masalah perlindungan data (Sindermann, dkk., 2021). Dengan demikian, pengaruh kepribadian yang dianggap berpengaruh pada riset Lynden & Rasmussen (2017) perlu diidentifikasi sejauh mana dan bagaimana arah pengaruhnya.

Konstruk sikap dalam psikologi juga mengacu pada kutub negatif dan positif seperti dalam riset Lynden & Rasmussen (2017). Perbedaannya, sikap dirincikan terdiri dari tiga aspek: afeksi, konasi, dan kognisi (Insko & Schopler, 1967). Sehingga perlu dilakukan penyesuaian butir alat ukur sikap dari Lynden & Rasmussen (2017) terhadap dimensi-dimensi penyusun sikap tersebut.

Sedangkan, konstruk lifestyle dalam Lynden & Rasmussen (2017) yang mengukur cara hidup individu dengan pola kegiatannya sehari-hari, seperti seberapa sibuk dan seberapa sering individu mengikuti sebuah rutinitas/rencana dalam kesehariannya, dalam psikologi dapat dijelaskan dengan psikometri environmental demands atau tuntutan lingkungan terhadap individu dari Martin & Park (2003) yang mencakup skala dari dua dimensi, yaitu tingkat kesibukan dan tingkat rutinitas individu.

Secara keseluruhan, riset Lynden & Rasmussen (2017) menggambarkan hubungan antarvariabel secara deskriptif kualitatif. Hal tersebut memberikan inspirasi pada penelitian ini untuk membuktikannya dalam hubungan inferensial dengan memodifikasi alat ukurnya sehingga memenuhi kaidah kaidah yang dapat diterima dalam pengukuran psikologi atau psikometri. Skoring yang semula belum digambarkan dengan jelas akan dimodifikasi dengan penggunaan skala Likert, dengan demikian properti psikometrinya dapat dipertanggungjawabkan.

METODE

Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan dan metode kuantitatif tipe survei. Digunakan instrumen berupa kuesioner. Kuesioner dalam studi ini berisi pertanyaan mengenai demografi, kepribadian, kesibukan dan rutinitas, kedekatan hubungan, serta sikap atas read receipts. Kuesioner dibuat secara daring dan dibagikan kepada populasi emerging adults di Indonesia yang menggunakan aplikasi pesan singkat. Konten kuesioner tersebut linier dengan tujuan studi ini, yaitu untuk mengetahui peran faktor internal dan eksternal terhadap sikap atas fitur read receipts pada pengguna aplikasi pesan singkat di Indonesia. Skala Likert digunakan dalam kuesioner untuk mengukur perilaku secara self-report.

Langkah-langkah penyusunan alat ukur yang dilakukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut: Melakukan penerjemahan butir asli ke bahasa Indonesia; Melakukan penerjemahan kembali ke bahasa Inggris/back translation; Melakukan uji validasi konten dan translasi pada expert judgements (terlampir di Lampiran 1 dan 2); Melakukan pembenahan terhadap butir dengan menyesuaikan masukan dari expert judgements; Melakukan uji keterbacaan/cognitive interviewing pada sepuluh sampel; dan Melakukan pembenahan kembali terhadap butir dengan menyesuaikan hasil uji keterbacaan dengan didampingi expert judge.

Alat ukur dalam penelitian ini terdiri dari lima macam, yaitu: 1) Alat ukur Faktor Alpha BFI, 2) Alat ukur Environmental Demands menggunakan Martin and Park Environmental Demands (MPED) Questionnaire, 3) Alat ukur Konteks Sosial Kedekatan Hubungan, 4) Alat ukur Sikap atas Read Receipts, dan 5) Alat ukur Demografis.

Partisipan

Subjek berasal dari pengguna aplikasi pesan singkat di Indonesia yang berasal dari golongan usia *emerging adults*, atau 18–25 tahun (Arnett, 2015). Kelompok usia tersebut dipilih karena sesuai dengan data usia terbanyak kedua pengguna media sosial di Indonesia, yaitu 30,7% dari pengguna media sosial berada pada rentang usia 18 hingga 24 tahun (Nurhayati-Wolff, 2021). Rentang usia tersebut dipilih karena usia tersebut merupakan usia awal untuk membangun hubungan yang intim. Sesuai teori perkembangan psikososial Erikson, usia 19–29 memiliki tugas perkembangan *intimacy vs isolation* yang untuk mencapainya, individu harus menegakkan intimitas dan hubungan dengan orang lain dengan membangun pertemanan, kompetitif secara seksual, dan bekerjasama (Cavanaugh & Blanchard-Fields, 2015).

Jumlah sampel yang dibutuhkan dikalkulasi menggunakan program G*Power versi 3.1.9.4 menggunakan tes statistik regresi linier berganda dengan fixed model dan R² increased, tipe analisis a priori, dengan: effect size $f^2 = 0,07$; $\alpha = 0,05$; power = 0,8; banyak prediktor = 3; dan jumlah tingkatan prediktor = 3. Effect size f^2 sebesar 0,07 didapatkan dari hasil simulasi Anderson (2017) saat melakukan perbandingan metode Taylor & Muller (1996) untuk menentukan jumlah sampel yang adekuat. Hasilnya, didapatkan total sampel yang dibutuhkan sejumlah 160.

Teknik pemilihan sampel yang digunakan adalah non probability sampling dengan pendekatan aksidental/insidental dan bola salju (*snowball*) (Priyono, 2008; Sugiyono, 2013). Kuesioner akan disebar secara daring dan dengan meminta subjek untuk mengajak orang lain yang dikenalnya untuk mengisi kuesioner.

Total responden yang didapatkan pada survei ini adalah 211 responden. Namun, satu responden tidak memenuhi kriteria karena tidak tinggal di Indonesia, sehingga total responden yang memenuhi kriteria adalah 210 responden. Seluruh responden memenuhi kriteria usia, yaitu 18–25 tahun ($M = 21,2$; $SD = 1,8$). Total responden bergender laki-laki adalah 43 orang (20,5%), perempuan sebanyak 164 orang (78,1%), dan sisanya memilih untuk tidak mengatakan.

Pengukuran

Dalam penelitian ini, dilakukan uji validitas permukaan dengan menilai validitas terhadap hasil translasi. *Expert judge* yang terqualifikasi dalam keahlian psikologi, bahasa Indonesia, dan juga bahasa rujukan sumber alat ukur, yaitu bahasa Inggris, diminta untuk menilai perbandingan kalimat butir-butir alat ukur dari kedua bahasa. Penilaian perbandingan yang dilakukan mencakup perbandingan secara bahasa (*comparability*), yaitu tingkat kesamaan penggunaan kata, frasa, istilah, dan kalimat, serta perbandingan secara makna (*similarity*), yaitu tingkat kesamaan arti/maksud dari kalimat butir-butir alat ukur walaupun istilah yang digunakan tidak sama.

Dalam perbandingan bahasa (*comparability*), *expert* akan diminta untuk memberi skor dengan penskalaan mulai dari nilai terbesar yaitu satu, yang berarti sangat identik dan tidak ada perbedaan secara bahasa, hingga tujuh, yang berarti sama sekali berbeda. Dalam perbandingan makna

(*similarity*), *expert* diminta untuk menskor skala mulai dari satu, yaitu sangat identik, hingga tujuh, yaitu sangat berbeda secara makna.

Uji validitas isi penelitian ini dilakukan oleh dosen Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Malang dan dosen Program Studi Psikologi Fakultas Kedokteran Universitas Lambung Mangkurat.

Selain validitas permukaan, penelitian ini juga menggunakan uji validitas isi. Dalam melakukan *content validity*, *expert judge* akan melakukan *rating* terhadap butir-butir kuesioner (Polit & Beck, 2006). *Rating* tersebut dilakukan terhadap tiga aspek, yaitu *relevancy* (relevansi), *importance* (kepentingan), dan *clarity* (kejelasan). Melalui proses *rating* butir oleh *expert judge*, diperoleh *Item-Content Validity Index* (I-CVI) skala Faktor *Alpha*, *Environmental Demands*, Kedekatan Hubungan, dan Sikap atas Fitur *Read Receipts* berturut-turut mendapatkan rentang nilai skor 0,33–1; 0,33–1; 1–1; dan 1–1. Sementara untuk hasil *Scale-Content Validity Index* (S-CVI) dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Indeks Validitas Konten Skala

Skala	Skor CVI
Faktor <i>Alpha</i>	0,93
<i>Environmental Demands</i>	0,76
Kedekatan Hubungan	1,00
Sikap atas <i>Read Receipts</i>	1,00

Setelah dilakukan uji validitas isi oleh *expert judge*, dilakukan perbaikan sesuai dengan saran dan masukan *expert judge*. Hasil perbaikan tersebut kemudian diuji kembali dengan uji keterbacaan atau *cognitive interviewing* pada subjek dengan kriteria yang sesuai dengan calon partisipan penelitian. Dilakukan *cognitive interview* pada sepuluh subjek dengan rentang usia 18 hingga 25 tahun yang menggunakan aplikasi pesan singkat. Setelah mendapatkan hasil *cognitive interview*, dilakukan perbaikan pada butir-butir kuesioner sesuai masukan para subjek dengan bantuan *expert judge*.

Pada penelitian sebelumnya, Schmitt, dkk. (2007) menemukan nilai reliabilitas *Cronbach's α* dimensi *agreeableness*, *conscientiousness*, dan *neuroticism* pada alat ukur BFI berturut-turut sebesar 0,70; 0,78; dan 0,79. Sedangkan Ramdani (2012) dalam studi adaptasi dan budaya alat ukur BFI ke dalam bahasa Indonesia menghasilkan reliabilitas *Cronbach's α* sebesar 0,76 pada dimensi *agreeableness*, 0,78 pada dimensi *conscientiousness*, dan 0,74 pada dimensi *neuroticism*. Nilai reliabilitas skala *The Martin and Park Environmental Demands (MPED) Questionnaire* (2003) pada dimensi *Busyness* adalah *Cronbach's α* = 0,88 dan pada dimensi *Routine* adalah *Cronbach's α* = 0,74. Studi terdahulu mengenai nilai reliabilitas pada skala kedekatan hubungan dengan lawan bicara dan sikap atas fitur *read receipts* belum tersedia. Untuk kedua skala tersebut, penelitian ini memodifikasi skala konteks sosial dan sikap dari riset Lynden & Rasmussen (2017).

Dalam penelitian ini, dilakukan uji coba terpakai untuk tiap-tiap skala sehingga dapat diperoleh skor reliabilitas. Hasil uji reliabilitas dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 2. Analisis Reliabilitas Skala Faktor *Alpha*

No.	Skala	Jumlah Butir	Koefisien Reliabilitas	Nilai Koefisien Reliabilitas
1.	Faktor <i>Alpha</i>	26	<i>McDonald's ω</i>	0,849

2.	<i>Environmental Demands</i>	11	<i>McDonald's ω</i>	0,704
3.	Kedekatan Hubungan	8	<i>McDonald's ω</i>	0,772
4.	Sikap atas <i>Read Receipts</i>	9	<i>Cronbach's α</i>	0,934

Analisis Data

Penelitian ini akan menguji peran faktor *alpha*, kedekatan hubungan, serta kesibukan dan rutinitas berkorelasi dengan sikap individu atas fitur *read receipts*. Dalam menganalisis hubungan antar variabel dengan lebih dari satu variabel independen digunakan analisis *multiple linear regression* (Uyanık & Güler, 2013). Pada penelitian ini, akan digunakan metode analisis regresi linear berganda hierarkis, dimana masing-masing variabel independen akan ditambahkan satu per satu sehingga dapat diketahui penambahan sumbangan efektifnya. Analisis statistik akan dilakukan dengan *software Jamovi* versi 2.3.18 dengan modul *jmv - Analyses bundled with jamovi* oleh Love, dkk. versi 2.3.1.

Dari analisis statistik deskriptif menggunakan *software Jamovi*, diperoleh nilai-nilai sebagai berikut:

Tabel 3. Hasil Analisis Statistik Deskriptif ($N = 210$)

	Faktor Alpha (X₁)	<i>Environmental Demands</i> (X₂)	Kedekatan Hubungan (X₃)	Sikap atas Fitur <i>Read Receipts</i> (Y)
<i>Mean</i>	85,762	34,448	10,471	32,814
<i>Median</i>	86,000	34,000	11,000	34,000
<i>Standard deviation</i>	12,731	5,552	3,628	8,367
<i>Minimum</i>	40,000	16,000	3,000	10,000
<i>Maximum</i>	117,000	53,000	15,000	45,000
<i>Skewness</i>	-0,116	0,008	-0,430	-0,416
<i>Std. error skewness</i>	0,168	0,168	0,168	0,168
<i>Kurtosis</i>	0,130	0,567	-0,861	-0,672
<i>Std. error kurtosis</i>	0,334	0,334	0,334	0,334

Dilakukan analisis korelasi penuh untuk mengetahui hubungan, arah, dan kekuatan antar variabel. Pada Tabel 4. dapat dilihat bahwa Faktor Alpha ($r = 0,225$, $CI_{95} = [0,092, 0,350]$, $p < 0,01$) dan persepsi kedekatan hubungan ($r = 0,943$, $CI_{95} = [0,926, 0,957]$, $p < 0,001$) berkorelasi positif serta signifikan terhadap Sikap atas Fitur *Read Receipts*. Sedangkan, kesibukan dan rutinitas berkorelasi negatif dan tidak signifikan terhadap Sikap atas Fitur *Read Receipts* ($r = -0,053$, $CI_{95} = [-0,187, 0,083]$, $p = 0,044$).

Tabel 4. Hasil Analisis Korelasi Penuh

		Faktor Alpha (X₁)	Environmental Demands (X₂)	Kedekatan Hubungan (X₃)	Sikap atas Fitur Read Receipts (Y)
Faktor Alpha (X₁)	<i>Pearson's r</i>	—			
	<i>p-value</i>	—			
	95% CI <i>Upper</i>	—			
	95% CI <i>Lower</i>	—			
Environment al Demands (X₂)	<i>Pearson's r</i>	0,118	—		
	<i>p-value</i>	0,087	—		
	95% CI <i>Upper</i>	0,250	—		
	95% CI <i>Lower</i>	-0,017	—		
Kedekatan Hubungan (X₃)	<i>Pearson's r</i>	0,212**	-0,045	—	
	<i>p-value</i>	0,002	0,517	—	
	95% CI <i>Upper</i>	0,338	0,091	—	
	95% CI <i>Lower</i>	0,079	-0,179	—	
Sikap atas Fitur Read Receipts (Y)	<i>Pearson's r</i>	0,225**	-0,053	0,943***	—
	<i>p-value</i>	0,001	0,444	< ,001	—
	95% CI <i>Upper</i>	0,350	0,083	0,957	—
	95% CI <i>Lower</i>	0,092	-0,187	0,926	—

Catatan. * $p < ,05$; ** $p < ,01$; *** $p < ,001$

Dilakukan uji outlier dengan Cook's Distance untuk mengidentifikasi keberadaan data dengan nilai-nilai ekstrem. Data dapat dikatakan sebagai outlier jika nilai Cook's Distance lebih dari satu. Pada Tabel 5. dapat dilihat bahwa nilai maksimum Cook's Distance data studi ini adalah 0,007. Dengan demikian, tidak ada data yang potensial untuk mendistorsi garis regresi.

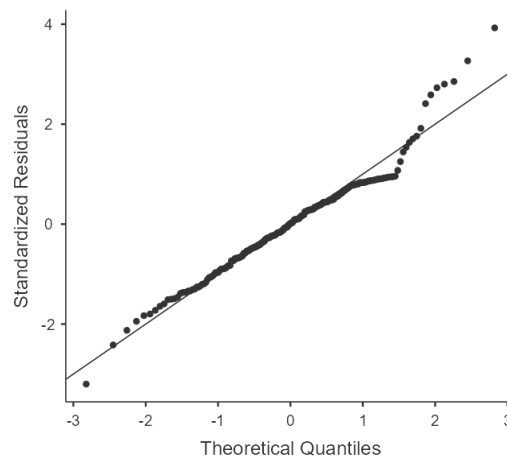
Tabel 5. Hasil Uji *Outlier Cook's Distance*

<i>Mean</i>	<i>Median</i>	<i>SD</i>	<i>Range</i>	
			<i>Min.</i>	<i>Max.</i>
0,005	0,002	0,10	0,000	0,007

Untuk mengetahui normalitas distribusi nilai residual hasil analisis regresi, perlu dilakukan uji normalitas. Dalam penelitian ini, dilakukan uji normalitas menggunakan grafik *Q-Q Plot* dan *Kolmogorov-Smirnov*. Data dalam penelitian ini dapat dikatakan normal karena sebaran residual linier dengan garis *Q-Q Plot*. Selain itu, uji *Kolmogorov-Smirnov* juga menunjukkan hasil $p = 0,055$. Dengan demikian, residual berdistribusi normal.

Tabel 6. Hasil Uji Normalitas *Kolmogorov-Smirnov*

	<i>Statistic</i>	<i>p</i>
<i>Kolmogorov-Smirnov</i>	0,093	0,055

Gambar 2. Grafik *Q-Q Plot*

Dilakukan uji multikolinieritas untuk memastikan keberadaan korelasi antar variabel independen di dalam model regresi. Dapat dikatakan tidak terjadi multikolinearitas jika nilai *VIF* di antara 1,00–10,00 dan nilai *tolerance* kurang dari 0,10. Pada tabel 4.6. dapat dilihat bahwa nilai *VIF* dan *tolerance* memenuhi persyaratan uji asumsi multikolinearitas.

Tabel 7. Hasil Uji Multikolinearitas

	<i>VIF</i>	<i>Tolerance</i>
Faktor <i>Alpha</i>	1,066	0,938

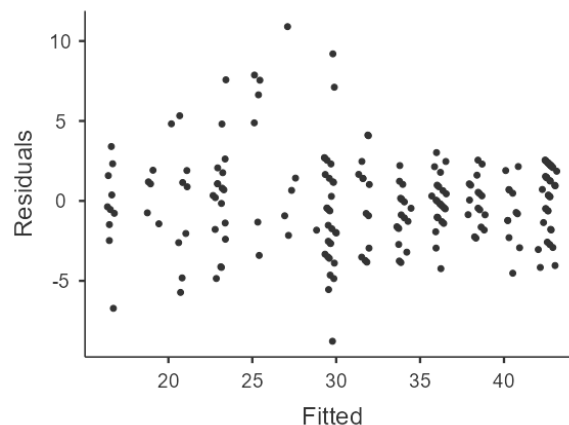
<i>Environmental Demands</i>	1,020	0,981
Kedekatan Hubungan	1,053	0,950

Untuk menguji autokorelasi, dilakukan pengujian *Durbin-Watson*. *Rule of Thumb* dari skor *Durbin-Watson* adalah 1,5–2,5. Pada Tabel 8., dapat dilihat bahwa tidak terjadi autokorelasi pada penelitian ini.

Tabel 8. Hasil Uji Autokorelasi *Durbin-Watson*

<i>Autocorrelation</i>	DW Statistic	<i>p</i>
-0,035	2,067	0,612

Dilakukan uji homogenitas varians untuk melihat konsistensi nilai varians ketika nilai variabel prediktor berubah-ubah. Hal tersebut untuk mereduksi potensi terjadinya bias estimasi model. Grafik distribusi varians residual dapat dikatakan lolos uji homoskedastisitas ketika *plots* tersebar bebas dan tidak membentuk pola tertentu. Pada Gambar 3. dapat dilihat bahwa data memenuhi uji homoskedastisitas.



Gambar 3. Grafik *Residual Plot*

HASIL PENELITIAN

Dilakukan analisis regresi linear berganda hierarkis guna mengetahui arah signifikansi serta efek variabel dependen saat variabel kontrol dilibatkan dan tidak dilibatkan dalam model. Berdasarkan *model fit measures* (Tabel 9.), variabel faktor *alpha* hanya memiliki sumbangan efektif (R^2) sebesar 5,1%. Sementara penambahan variabel *environmental demands* yang tercermin pada *model fit measures* akan menambah sumbangan efektif sebesar 5,7%. Sedangkan, penambahan variabel kedekatan ternyata meningkatkan secara signifikan *model fit measures* sebesar 89,1%.

Tabel 9. *Model Fit Measures*

Model	R	R ²	Overall Model Test			
			F	df1	df2	p
1	0.225	0.051	11.095	1	208	0.001
2	0.239	0.057	6.267	2	207	0.002
3	0.944	0.891	559.996	3	206	<.001

Dari hasil uji *Omnibus ANOVA 3* (Tabel 4.14.), residualnya adalah 1598,177. Sementara *sum square* dari variabel kedekatan hubungan adalah 12198,215. Artinya, variabel kedekatan hubungan jauh lebih besar daripada residualnya. Sehingga, yang terjelaskan dalam penelitian ini jauh lebih banyak daripada yang tidak terjelaskan.

Pada *model coefficient 1* (Tabel 4.11.), ketika variabel faktor *alpha* tidak ditambahkan dengan variabel-variabel lainnya, faktor *alpha* signifikan dalam memprediksi sikap atas *read receipts*. Tetapi, ketika faktor *alpha* ditambahkan variabel kedekatan hubungan, hasilnya menjadi tidak signifikan (Tabel 4.14.). Hal tersebut menunjukkan peran besar dari variabel kedekatan hubungan dalam menentukan sikap atas fitur *read receipts*. Sehingga kemudian melemahkan peran dari variabel kepribadian.

Tabel 10. *Model Comparisons*

Comparison		Model	Model	ΔR^2	F	df1	df2	p
Model								
1	-	2		0.006	1.417	1	207	0.235
2	-	3		0.834	1572.312	1	206	<.001

Tabel 11. Hasil Uji *Omnibus ANOVA 1*

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	p
Faktor Alpha	740,941	1	740,941	11,095	0,001
Residuals	13890,816	208	66,783		

Tabel 12. *Model Coefficients 1*

Predictor	Estimate	SE	95% Confidence Interval		t	p	Stand. Estimate	95% Confidence Interval	
			Lower	Upper				Lower	Upper
Intercept	20,130	3,850	12,541	27,719	5,229	<,001			

Faktor <i>Alpha</i>	0,148	0,044	0,060	0,235	3,331	0,001	0,225	0,092	0,358
------------------------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------

Tabel 13. Hasil Uji *Omnibus ANOVA 2*

	<i>Sum of Squares</i>	<i>df</i>	<i>Mean Square</i>	<i>F</i>	<i>p</i>
Faktor <i>Alpha</i>	794,107	1	794,107	11,915	<,001
<i>Environmental Demands</i>	94,425	1	94,425	1,417	0,235
<i>Residuals</i>	13796,391	207	66,649		

Tabel 14. Hasil *Model Coefficients 2*

<i>Predictor</i>	<i>Estimate</i>	<i>SE</i>	<i>95% Confidence Interval</i>		<i>t</i>	<i>p</i>	<i>Stand. Estimate</i>	<i>95% Confidence Interval</i>	
			<i>Lower</i>	<i>Upper</i>				<i>Lower</i>	<i>Upper</i>
<i>Intercept</i>	23,790	4,924	14,083	33,497	4,832	<,001			
Faktor <i>Alpha</i>	0,154	0,045	0,066	0,242	3,452	<,001	0,235	0,101	0,369
<i>Environmental Demands</i>	-0,122	0,102	-0,324	0,080	-1,190	0,235	-0,081	-0,215	0,053

Tabel 15. Hasil Uji *Omnibus ANOVA 3*

	<i>Sum of Squares</i>	<i>df</i>	<i>Mean Square</i>	<i>F</i>	<i>p</i>
Faktor <i>Alpha</i>	10,604	1	10,604	1,367	0,244
<i>Environmental Demands</i>	2,918	1	2,918	0,376	0,540
Kedekatan Hubungan	12198,215	1	12198,215	1572,312	<,001
<i>Residuals</i>	1598,177	206	7,758		

Tabel 16. Hasil *Model Coefficients 3*

<i>Predictor</i>	<i>Estimate</i>	<i>SE</i>	<i>95% Confidence Interval</i>		<i>t</i>	<i>p</i>	<i>Stand. Estimate</i>	<i>95% Confidence Interval</i>	
			<i>Lower</i>	<i>Upper</i>				<i>Lower</i>	<i>Upper</i>
<i>Intercept</i>	9.362	1.719	5.973	12.750	5.446	< .001			
Faktor <i>Alpha</i>	0.018	0.016	-0.013	0.049	1.169	0.244	0.028	-0.019	0.075
<i>Environmental Demands</i>	-0.021	0.035	-0.091	0.048	-0.613	0.540	-0.014	-0.060	0.032
Kedekatan Hubungan	2.161	0.054	2.053	2.268	39.652	< .001	0.937	0.890	0.983

DISKUSI

Dari analisis data yang telah dilakukan, ditemukan persepsi kedekatan hubungan dengan lawan bicara di aplikasi pesan singkat berperan secara signifikan terhadap sikap atas fitur *read receipts*. Ketika faktor *alpha* tidak ditambahkan variabel kedekatan hubungan, ia menjadi prediktor yang signifikan dari variabel dependen, Tetapi ketika variabel kedekatan hubungan ditambahkan maka faktor *alpha* menjadi tidak signifikan. Hal tersebut menunjukkan kedekatan hubungan merupakan faktor yang berdampak sangat besar sehingga mengalahkan peran faktor-faktor kepribadian *alpha* dalam hubungannya dengan sikap atas fitur *read receipts*. Hal ini mengindikasikan sikap individu terhadap *read receipts* lebih ditentukan oleh persepsi atas kedekatan dengan pengirim pesan, apa pun tipe kepribadian *alpha*-nya. Secara umum, kesibukan dan rutinitas tidak berperan signifikan dalam memprediksi sikap atas fitur *read receipts*.

Berdasarkan karakteristik responden, jumlah individu yang memperhatikan maupun sangat memperhatikan fitur *read receipts* jika lawan bicara mereka adalah: 67,6% pada keluarga; 65,8% pada atasan/guru/dosen; 60% pada teman dekat; 52,4% baik pada pasangan; 45,3% pada gebetan; 38% pada teman kuliah; 37,6% pada rekan kerja; dan 9,1% pada orang yang tidak dikenal. Terlihat bahwa persentase tertinggi adalah pada hubungan dengan keluarga. Artinya, di Indonesia, fitur *read receipts* disukai, dianggap bermanfaat, dan akan digunakan saat berkomunikasi melalui aplikasi pesan singkat, utamanya jika lawan bicaranya adalah keluarga. Hal tersebut mengarahkan pada kemungkinan hubungan pengaruh kolektivisme terhadap cara individu menggunakan teknologi dalam hubungan keluarga. Pada budaya kolektivistik, kedekatan hubungan meningkat ketika mereka semakin sering berkomunikasi, terlepas dari media yang mereka gunakan untuk berkomunikasi (Barakji, dkk., 2019). Hasil riset Balayar & Langlais (2021) mendukung arah peran kolektivisme dalam kedekatan hubungan dan sikap dalam komunikasi. Kolektivisme memperkuat hubungan antara kedekatan hubungan dan pesan teks bagi orang tua (Balayar & Langlais, 2021). Individu dengan kolektivisme tinggi yang lebih sering berkirim pesan teks melaporkan kedekatan yang lebih tinggi dengan orang tua dan keluarga (Balayar & Langlais, 2021). Senada dengan Barakji, dkk. (2019), peningkatan komunikasi, terutama melalui multimodalitas, membawa keluarga dengan kolektivisme tinggi menjadi lebih dekat.

Murid menyebutkan banyak keuntungan komunikasi melalui aplikasi pesan singkat WhatsApp, seperti akses yang mudah, fasilitas untuk membuat grup, kemampuan untuk menjaga privasi, dan format komunikasi (tertulis, termediasi, pribadi, atau grup) (Rosenberg & Asterhan, 2018). Dibandingkan persepsi kedekatan hubungan, informasi yang diberikan oleh *read receipts* lebih berperan karena dibutuhkan untuk melancarkan komunikasi dalam hubungan dengan atasan/guru/dosen. Hubungan antara guru-murid akan lebih egaliter ketika berada dalam grup aplikasi pesan singkat dan murid akan berbicara lebih banyak melalui aplikasi pesan singkat jika dibandingkan dengan saat pertemuan tatap muka (Meler, dkk., 2021). Pada hubungan dengan atasan, komunikasi paralel secara positif memengaruhi kinerja seorang karyawan (Orhan, dkk., 2021).

Berkaca pada data, terdapat responden yang memberi komentar bahwa keberadaan *read receipts* kadangkala membantu untuk mengetahui apakah cursh atau gebetan sedang online atau tidak. Pornsakulvanich, dkk. (2008) mengemukakan bahwa persepsi kepuasan dan kedekatan hubungan online dengan online partner individu bergantung pada anggapan bahwa komunikasi tatap muka menguntungkan, penggunaan Computer Mediated Communication (CMC) sebagai pemenuhan diri mereka, dan keterbukaan pada orang lain atas perasaannya. Selain itu, waktu yang dihabiskan untuk *co-ruminating* baik melalui pesan singkat maupun telepon memprediksi kedekatan hubungan seseorang (Battaglini, dkk., 2021).

Walaupun instrumen kedekatan hubungan dalam penelitian ini mengukur dari masing-masing tipe hubungan, tetapi skor total atas kedekatan hubungan responden menunjukkan sejauh mana individu beranggapan bahwa medium aplikasi pesan singkat secara umum berdampak dalam mempertahankan hubungannya dengan siapa pun. Sehingga semakin tinggi skor kedekatan hubungan, maka individu menganggap bahwa medium aplikasi pesan singkat dianggap penting menjaga hubungan yang dianggap signifikan oleh masing-masing individu.

Pada hal komunikasi online, orang yang merespons pesan dengan segera (dibandingkan memberi jeda terlebih dahulu) dilihat sebagai orang yang ekstrover (Wang & Ziano, 2022). Hal tersebut dikarenakan keterlambatan respons diyakini menandakan kegugupan dan kepasifan, dan karenanya diindikasikan sebagai introver (Wang & Ziano, 2022). Efek tersebut ditemukan tidak dipengaruhi oleh kedekatan hubungan (Wang & Ziano, 2022). Pada penelitian ini, dimensi ekstraversi pada kepribadian tidak diteliti, sehingga pengaruhnya tidak dapat diketahui.

Pada dimensi neurotisisme, kecemasan berlebih bisa dipicu oleh pesan yang tertanda sudah dibaca namun tidak segera dibalas. Di sisi lain, asinkronitas percakapan menjadi salah satu opsi yang membuat individu dengan neurotisisme yang tinggi merasa lebih nyaman. Neurotisisme dan kecemasan terhadap internet sebagai media teknologi terkait dengan pilihan untuk menghadiri kuliah di kelas atau secara daring (Bassili, 2006). Pun dengan CMC, asinkronitas lebih unggul digunakan untuk manajemen kesan, karena orang mempunyai waktu untuk mengedit dan memeriksa pesan sebelum dikirim (Walther, 1996). Kepribadian neurotisisme ditemukan berkorelasi secara signifikan dengan kekhawatiran, dimediasi secara parsial oleh intoleransi ketidakpastian (Yang, dkk., 2015). Keberadaan fitur *read receipts* dapat mereduksi ketidakpastian itu, sehingga dapat membuat orang dengan neurotisisme tinggi menjadi lebih tenang.

Pada dimensi agreeableness, fitur *read receipts* dapat disikapi secara positif karena mendukung mereka bersosialisasi. Selayaknya frekuensi penggunaan fitur emoji yang dipengaruhi oleh dimensi agreeableness dan tergantung pada siapa lawan bicaranya (Marko, 2022). Di sisi lain, batas pada orang dengan agreeableness tinggi yang melihat *read receipts* menjadi tidak terpetakan pada kategori hubungannya, sehingga membuat mereka menyikapi fitur tersebut dengan negatif. Ketidakterpetakan tersebut mengarahkan pada hubungan dengan context collapse pada media sosial.

Kemampuan media sosial untuk menyatukan berbagai situasi sosial dalam satu waktu telah terbukti menguntungkan sekaligus menghancurkan (Davis & Jurgenson, 2014). Di saat yang sama, *collapsed context* adalah cara penting untuk mempertahankan ikatan yang lemah, membuat koneksi baru, dan memperoleh sumber daya sosial dan profesional (Davis & Jurgenson, 2014).

Begitu pula dengan dimensi *conscientiousness*. Individu dengan *conscientiousness* yang tinggi bisa bersikap negatif terhadap *read receipts*, karena orang-orang dengan *self-control* yang tinggi tersebut seringkali menjadi terpaksa melakukan *multitasking* dan dituntut untuk membalas pesan dari siapa pun dalam satu waktu akibat sifat dari medium aplikasi pesan singkat tersebut. Kontrol impuls dan *conscientiousness* adalah prediktor independen dan signifikan dari penggunaan ponsel di dalam kelas (Toyama & Hayashi, 2021). Di sisi lain, orang dengan *conscientiousness* tinggi juga bisa bersikap positif atas fitur *read receipts* karena fitur tersebut memuaskan kebutuhan akan kontrolnya karena mereduksi ketidakpastian komunikasi dengan mengetahui bahwa pesannya telah dibaca ataupun belum. Hal tersebut terkonfirmasi dengan temuan bahwa orientasi pada ketidakpastian tidak berhubungan dengan *conscientiousness* (Hodson & Sorrentino, 1999).

Insignifikansi kesibukan dan rutinitas terhadap sikap seseorang atas *read receipts* mengarah pada ambivalensi dari kemungkinan-kemungkinan: aplikasi pesan singkat menjadi bagian dari pekerjaan individu sehingga informasi *read receipts* akan sangat membantu dalam kesibukan dan rutinitasnya; atau fitur *read receipts* justru menjadi distraktor saat individu beraktivitas sehingga membuat individu bersikap negatif atas *read receipts*. Selain fitur *read receipts*, notifikasi dari aplikasi pesan singkat merupakan salah satu distraktor yang memerlukan perhatian lebih. Eksperimen oleh Fitz, dkk. (2019) menemukan bahwa partisipan yang notifikasinya dibagi menjadi tiga kali sehari merasa lebih atentif, produktif, suasana hati lebih baik, dan memiliki kontrol yang lebih besar atas ponsel mereka. Distraksi dari penggunaan teknologi secara negatif memengaruhi keterlibatan dalam pekerjaan (Orhan, dkk., 2021).

Selain itu, beberapa butir dari kuesioner kesibukan dan rutinitas memiliki jawaban yang mayoritas netral. Seperti pada butir "Seberapa sering ada terlalu banyak hal yang harus Anda selesaikan dalam satu hari?" dan "Seberapa sering Anda terlibat dalam kegiatan di rumah pada waktu yang spesifik (seperti membaca koran setelah bekerja, menonton acara televisi tertentu, anak-anak, hobi, dll.)?". Padahal, beberapa individu yang menskor netral belum tentu menganggap diri mereka netral terhadap objek sikap tersebut (Riker, 1944). Hal tersebut dapat menjadi indikator bahwa respons dari butir tersebut tidak valid. Sehingga, perlu dilakukan pembenahan pada butir maupun pilihan jawaban.

Salah satu responden memberi komentar pada kuesioner riset ini, bahwa sebenarnya ia tidak suka fitur *read receipts*, tetapi ia beranggapan bahwa fitur tersebut memang berguna agar mengetahui lawan bicara sudah membaca pesan atau belum. Hanya saja, ia merasa fitur tersebut tidak terlalu diperlukan karena pesan yang telah dibaca belum tentu dibalas. Responden lainnya berkomentar bahwa ada kelebihan dan kekurangan dari fitur *read receipts*, serta kadangkala juga membantu dalam memberi reaksi terhadap pesan yang ingin atau yang tidak ingin direspon. Ada pula responden yang berkomentar bahwa fitur centang biru meresahkan sehingga lebih baik dinonaktifkan agar merasa lebih tenang dan dapat mengurangi rasa sakit jika pesan di-read saja. Komentar lainnya dari responden adalah sebagian orang merasa tidak nyaman dan kurang dihargai ketika lawan bicaranya mematikan fitur *read receipts*.

SIMPULAN

Dapat disimpulkan bahwa ditemukan keberadaan peran faktor alpha dalam memprediksi sikap emerging adults atas read receipts pada penerima pesan, hanya jika kedekatan hubungan tidak diperhitungkan dalam analisis; kedekatan hubungan dengan lawan bicara memainkan peran yang sangat besar dalam memprediksi sikap; dan tidak ditemukan keberadaan peran environmental demands dalam memprediksi sikap. Penelitian selanjutnya dapat mencoba melihat peran dampak emosional dan perilaku dari fitur read receipts sebagai mediator sikap atas fitur read receipts dan melakukan pengontrolan pada distraksi yang ditimbulkan dari fitur read receipts, jenis pekerjaan, dan tingkat media multitasking untuk melihat korelasinya dengan sikap dan kepribadian. Pengembang aplikasi pesan singkat dapat mempertimbangkan untuk mengembangkan pengaturan agar fitur read receipts dapat diaktivasi pada lawan bicara tertentu saja.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kepada Bapak Dr. Rahkman Ardi, M.Psych. yang telah membimbing selama proses pelaksanaan penelitian ini; Ibu Neka Erliyani, S.Psi., M.Psi., Psikolog. dan Kak Aransha Karnilla N., S.Psi., M.Sc. selaku *expert judge*; Kak Arsyah, Mas Zulal, Cahya, Kak Pia, Ayfen, Mayra, Kak Udenk, dan Mitha selaku partisipan *cognitive interview*; serta seluruh responden survei penelitian ini.

DEKLARASI POTENSI TERJADINYA KONFLIK KEPENTINGAN

Bianda Mauly Adya tidak bekerja, menjadi konsultan, memiliki saham, atau menerima dana dari perusahaan atau organisasi manapun yang mungkin akan mengambil untung dari diterbitkannya naskah ini.

PUSTAKA ACUAN

- APJII. (2016). Infografis - Penetrasi & Perilaku Pengguna Internet Indonesia Survei 2016. Jakarta. Diakses dari <https://www.apjii.or.id/>
- Alhddad, L. (2015). Read receipts feature in mobile platform: An investigation study based on social tie between the sender and receiver. Ann Arbor: Rochester Institute of Technology.
- Anderson, S. F., Kelley, K., & Maxwell, S. E. (2017). Sample-size planning for more accurate statistical power: A method adjusting sample effect sizes for publication bias and uncertainty. *Psychological science*, 28(11), 1547-1562.
- American Psychological Association. (2022). APA Dictionary of Psychology. <https://dictionary.apa.org/>
- Andharisha, L. D. (2021). Analisis User Experience Aplikasi Telegram pada Tingkat Kepuasan Mahasiswa. Medan: Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
- Anu. (2022). Effect of WhatsApp on Personality of Adults. *International Journal of Indian Psychology*, 10(4), 174-180. DIP:18.01.019.20221004, DOI:10.25215/1004.019
- Apuke, O. D. (2017). Quantitative research methods: A synopsis approach. *Kuwait Chapter of Arabian Journal of Business and Management Review*, 33(5471), 1-8.
- Arnett, J. J. (Ed.). (2015). *The Oxford handbook of emerging adulthood*. New York: Oxford University Press.
- Awaru, A. O. T. (2021). *Sosiologi Keluarga*. Media Sains Indonesia.
- Azwar, S. (2012). *Penyusunan Skala Psikologi*. Yogyakarta: Pustaka Belajar.

- Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa, Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi Republik Indonesia. (2016). Kamus Besar Bahasa Indonesia versi 3.10.2.0-20221029135459.
- Balayar, B., & Langlais, M. (2021). Technology Makes the Heart Grow Fonder? A Test of Media Multiplexity Theory for Family Closeness. *Social Sciences*, 10(1), 25. doi:10.3390/socsci10010025
- Barakji, F., Maguire, K. C., Reiss, H., Gaule, J., Smith, N., Pelliccio, L., ... & Oshagan, H. (2019). Cultural and transnational influences on the use of information communication technologies in adult long-distance family relationships: An extension of media multiplexity theory. *Journal of Family Communication*, 19(1), 30-46.
- Bassili, J. N. (2006). Promotion and prevention orientations in the choice to attend lectures or watch them online. *Journal of Computer Assisted Learning*, 22(6), 444-455.
- Battaglini, A. M., Rnic, K., Tracy, A., Jopling, E., & LeMoult, J. (2021). Co-rumination across in-person and digital communication: Associations with affect and relationship closeness in adolescents. *Journal of Adolescence*, 89, 161-169.
- Beatty, M. J., McCroskey, J. C. and Heisel, A. D. 1998. Communication apprehension as temperamental expression: A communibiological paradigm. *Communication Monographs*, 64: 197-219.
- Berscheid, E., Snyder, M., & Omoto, A. M. (1989). The Relationship Closeness Inventory: Assessing the closeness of interpersonal relationships. *Journal of personality and Social Psychology*, 57(5), 792.
- Bizer, G. Y., Barden, J. C., & Petty, R. E. (2006). Attitudes. *Encyclopedia of Cognitive Science*. doi:10.1002/0470018860.s00483
- Blabst, N., & Diefenbach, S. (2017, Juli). WhatsApp and Wellbeing: A study on WhatsApp usage, communication quality and stress. In *Proceedings of the 31st International BCS Human Computer Interaction Conference (HCI 2017)* 31 (pp. 1-6).
- Cahyono, A. S. (2016). Pengaruh media sosial terhadap perubahan sosial masyarakat di Indonesia. *Publiciana*, 9(1), 140-157.
- Cavanaugh, J. C., & Blanchard-Fields, F. (2018). *Adult development and aging*. Cengage Learning.
- Ceci, L. (2021, September 16). Mobile messaging app penetration rate in 2021, by country. Statista. <https://www.statista.com/statistics/1263720/mobile-messaging-apps-usage-by-country/>
- Ceci, L. (2022, Oktober 12). Share of adults in the United States who have a WhatsApp account as of May 2022, by age group. Statista. <https://www.statista.com/statistics/814649/whatsapp-users-in-the-united-states-by-age/>
- Chen, X. P., & Chen, C. C. (2004). On the intricacies of the Chinese guanxi: A process model of guanxi development. *Asia Pacific Journal of Management*, 21(3), 305-324.
- Church, K., & De Oliveira, R. (2013). What's up with WhatsApp? Comparing mobile instant messaging behaviors with traditional SMS. In *Proceedings of the 15th international conference on Human-computer interaction with mobile devices and services* (pp. 352-361).
- Clausnitzer, J. (2021, Desember 6). Internet usage for mobile instant messaging in Finland 2019-2021, by age group. Statista. <https://www.statista.com/statistics/558057/internet-usage-for-smartphone-instant-messaging-in-finland-by-age-group/>
- Collins, W. A., Welsh, D. P., & Furman, W. (2009). Adolescent romantic relationships. *Annual review of psychology*, 60(1), 631-652.
- Connolly, J., Craig, W., Goldberg, A., & Pepler, D. (2004). Mixed-Gender Groups, Dating, and Romantic Relationships in Early Adolescence. *Journal of Research on Adolescence*, 14(2), 185-207. doi:10.1111/j.1532-7795.2004.01402003.x

- Crano, W. D., & Gardikiotis, A. (2015). Attitudes and attitude change. In J. D. Wright (Ed.) *International Encyclopedia of Social and Behavioral Sciences* (2nd ed.). Oxford, UK: Elsevier
- Davis, J. L., & Jurgenson, N. (2014). Context collapse: Theorizing context collusions and collisions. *Information, communication & society*, 17(4), 476-485.
- DeYoung, C. G., Peterson, J. B., & Higgins, D. M. (2002). Higher-order factors of the Big Five predict conformity: Are there neuroses of health?. *Personality and Individual Differences*, 33(4), 533-552.
- Digman, J. M. (1997). Higher-order factors of the Big Five. *Journal of personality and social psychology*, 73(6), 1246.
- Dixon, S. (2022, Juli 27). Most popular global mobile messenger apps as of January 2022, based on number of monthly active users. Statista. <https://www.statista.com/statistics/258749/most-popular-global-mobile-messenger-apps/>
- Dudkina, A., & Barkane, E. (2013). The Relationship Between Online communication aspects and Personality Traits. In *SOCIETY. INTEGRATION. EDUCATION. Proceedings of the International Scientific Conference* (Vol. 2, pp. 326-339).
- Earle, K. K. (2018). *Attributions Online: An Examination of Time Stamps, Read Receipts, and Ellipses in Text-Based Communication* (Doctoral dissertation, North Dakota State University).
- Febriani, G. A. (2022, January 9). Viral Nonaktifkan Centang Biru di Whatsapp Disebut Tidak Beradab Tuai Kritik. Wolipop. <https://wolipop.detik.com/tech-gadget/d-5889528/viral-nonaktifkan-centang-biru-di-whatsapp-disebut-tidak-beradab-tuai-kritik>
- Festini, S. B., Hertzog, C., McDonough, I. M., & Park, D. C. (2019). What makes us busy? Predictors of perceived busyness across the adult lifespan. *The Journal of general psychology*, 146(2), 111-133.
- Fitri, A. B. M., & Pangestu, R. K. N. (2022). Penonaktifan Fitur Notifikasi Read Dalam Aplikasi Whatsapp dengan Alasan Privasi dan Pembatasan Chatting Perspektif Hukum Islam. *Jurnal Pikir: Jurnal Studi Pendidikan dan Hukum Islam*, 8(2), 22-43.
- Fitz, N., Kushlev, K., Jagannathan, R., Lewis, T., Paliwal, D., & Ariely, D. (2019). Batching smartphone notifications can improve well-being. *Computers in Human Behavior*, 101, 84-94. doi:10.1016/j.chb.2019.07.016
- Fox, J., & Weisberg, S. (2020). *car: Companion to Applied Regression*. [R package]. Diakses dari <https://cran.r-project.org/package=car>.
- Frederickx, S., & Hofmans, J. (2014). The role of personality in the initiation of communication situations. *Journal of Individual Differences*, 35(1), 30.
- Gershuny, J. (2005). Busyness as the badge of honor for the new superordinate working class. *Social Research*, 72(2), 287-314.
- Gill, A., & Oberlander, J. (2003). Perception of e-mail personality at zero-acquaintance: Extraversion takes care of itself; neuroticism is a worry. *Proceedings of the 25th Annual Conference of the Cognitive Science Society*, 456-461.
- Gunadha, R., & Aditya, R. (2020, June 15). Aa Gym Sebut Matikan Centang Biru WhatsApp Perbuatan Tercela, Ini Alasannya. Suara.Com. <https://www.suara.com/news/2020/06/15/171718/aa-gym-sebut-matikan-centang-biru-whatsapp-perbuatan-tercela-ini-alasannya>
- Harris, K., & Vazire, S. (2016). On friendship development and the Big Five personality traits. *Social and Personality Psychology Compass*, 10(11), 647-667.
- Hays, R. B. (1989). The day-to-day functioning of close versus casual friendships. *Journal of Social and Personal Relationships*, 6(1), 21-37.

- Hertel, G., Schroer, J., Batinic, B., & Naumann, S. (2008). Do shy people prefer to send e-mail?: Personality effects on communication media preferences in threatening and nonthreatening situations. *Social Psychology*, 39(4), 231.
- Hodson, G., & Sorrentino, R. M. (1999). Uncertainty orientation and the Big Five personality structure. *Journal of Research in Personality*, 33(2), 253-261.
- Insko, C. A., & Schopler, J. (1967). Triadic consistency: A statement of affective-cognitive-conative consistency. *Psychological review*, 74(5), 361.
- John, O. P. (1990). The 'Big Five' factor taxonomy: Dimensions of personality in the natural language and questionnaires. In L.A. Pervin (Ed.), *Handbook of personality: Theory and research* (pp. 66- 100). New York: Guilford Press
- John, O. P., Naumann, L. P., & Soto, C. J. (2008). Paradigm shift to the integrative Big Five trait taxonomy: History, measurement, and conceptual issues. In O. P. John, R. W. Robins, & L. A. Pervin (Eds.), *Handbook of personality: Theory and research* (pp. 114–158). The Guilford Press.
- Joinson, A. (2008). Let's talk about me, me, me: Self-disclosure on the internet. Dalam *Truth, Lies and Trust on the Internet* (hal. 17-26). Routledge.
- Kelley, H. H., Berscheid, E., Christensen, A., Harvey, J. H., Huston, T. L., Levinger, G., ... & Peterson, D. R. (1983). Analyzing close relationships. *Close relationships*, 20, 67.
- Klinedinst, T. C., Opsasnick, L., Benavente, J. Y., Wolf, M., & O'Connor, R. (2022). The Roles of Busyness and Daily Routine in Medication Management Behaviors Among Older Adults. *Journal of Applied Gerontology*, 41(12), 2566-2573.
- Knox, M., & Hickson, F. (2001). The Meanings of Close Friendship: the Views of Four People with Intellectual Disabilities. *Journal of Applied Research in Intellectual Disabilities*, 14(3), 276–291. doi:10.1046/j.1468-3148.2001.00066.x
- Latipaturachmaniah, L., & Rahayu, E. F. (2021). Analisis Kemudahan Penggunaan Aplikasi Line Pada Ponsel Pintar. *UG Journal*, 15(2).
- Levine, R. (2005). A geography of busyness. *Social Research*, 72(2), 355–370.
- Ling, R., & Yttri, B. (2006). Control, emancipation and status. *Computers, phones and the internet: Domesticating information technology*, 219-34.
- Lynden, J., & Rasmussen, T. (2017). Exploring the impact of 'read receipts' in Mobile Instant Messaging. *Tidsskrift for Medier, Erkendelse Og Formidling*, 5(1).
- Macht, G. A., & Nembhard, D. A. (2015). Measures and models of personality and their effects on communication and team performance. *International Journal of Industrial Ergonomics*, 49, 78–89. doi:10.1016/j.ergon.2015.05.006
- MacIntyre, P. D., & Charos, C. (1996). Personality, attitudes, and affect as predictors of second language communication. *Journal of language and social psychology*, 15(1), 3-26.
- Marko, K. (2022). "Depends on Who I'm Writing To"—The Influence of Addressees and Personality Traits on the Use of Emoji and Emoticons, and Related Implications for Forensic Authorship Analysis. *Frontiers in Communication*, 7. doi: 10.3389/fcomm.2022.840646
- Martin, M., & Park, D. C. (2003). The Martin and Park Environmental Demands (MPED) Questionnaire: Psychometric properties of a brief instrument to measure self-reported environmental demands. *Aging Clinical and Experimental Research*, 15(1), 77-82.
- McCroskey, J., Heisel, A., & Richmond, V. (2001). Eysenck's BIG THREE and communication traits: Three correlational studies. *Communication monographs*, 68(4), 360-366.
- McCroskey, J. C., Richmond, V. P., Sallinen, A., Fayer, J. M. and Barraclough, R. A. (1995). A cross-cultural and multi-behavioral analysis of the relationship between nonverbal immediacy and teacher effectiveness. *Communication Education*, 44: 281–291.

- McNulty, J. K. (2008). Neuroticism and interpersonal negativity: The independent contributions of perceptions and behaviors. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 34(11), 1439-1450.
- Meler, R. P., Lev-On, A., & Rosenberg, H. (2021, March). Social Media and Educational Authority: The Case of Whatsapp. In *Proceedings of INTED2021 Conference (Vol. 8, p. 9th)*.
- Miao, C., Qian, S., Banks, G. C., & Seers, A. (2020). Supervisor-subordinate guanxi: A meta-analytic review and future research agenda. *Human Resource Management Review*, 30(2), 100702.
- Mount, M. K., Barrick, M. R., & Stewart, G. L. (1998). Five-factor model of personality and performance in jobs involving interpersonal interactions. *Human Performance*, 11(2-3), 145-165. doi:10.1207/s15327043hup1102&3_3
- Muscanell, N. L., & Guadagno, R. E. (2012). Make new friends or keep the old: Gender and personality differences in social networking use. *Computers in Human Behavior*, 28(1), 107-112.
- Musdalifah, M., & Iswandari, R. K. (2020). Pengaruh Penggunaan Media WhatsApp terhadap Kinerja Karyawan. *Sebatik*, 24(2), 276-281.
- Neuman, W. L., & Robson, K. (2014). *Basics of social research*. Toronto: Pearson Canada.
- Nurhayati-Wolff, H. (2021, Agustus 9). Indonesia: breakdown of social media users by age and gender 2021. Statista. <https://www.statista.com/statistics/997297/indonesia-breakdown-social-media-users-age-gender/>
- Oostrom, J.K, De Rijke, L.M, Serlie, A.W, & Heldeweg, B. (2014). Individual differences in communication styles: Does personality explain our way of communicating?. *Gedrag en organisatie: tijdschrift voor sociale, arbeids- en organisatie-psychologie*, 27(4), 361-384. Diakses dari <http://hdl.handle.net/1765/92015>
- Orhan, M. A., Castellano, S., Khelladi, I., Marinelli, L., & Monge, F. (2021). Technology distraction at work. Impacts on self-regulation and work engagement. *Journal of Business Research*, 126, 341-349.
- Platt, C. A., Bourdeaux, R., & DiTunnariello, N. (2014). Should I text or should I call?: How college students navigate mediated connections with family. In *Communication and information technologies annual*. Emerald Group Publishing Limited.
- Polit, D. F., & Beck, C. T. (2006). The content validity index: are you sure you know what's being reported? Critique and recommendations. *Research in nursing & health*, 29(5), 489-497.
- Pornsakulvanich, V., Haridakis, P., & Rubin, A. M. (2008). The influence of dispositions and Internet motivation on online communication satisfaction and relationship closeness. *Computers in human behavior*, 24(5), 2292-2310.
- Priyono. (2008). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Sidoarjo: Zifatama Publishing.
- R Core Team (2021). R: A Language and environment for statistical computing. (Version 4.1) [Computer software]. Diakses dari <https://cran.r-project.org>. (R packages retrieved from MRAN snapshot 2022-01-01).
- Ramdhani, N. (2012). Adaptasi Bahasa dan budaya dari skala kepribadian big five. *Jurnal psikologi*, 39(2), 189-205.
- Reuter, K., Löschke, J., & Betzler, M. (2020). What is a colleague? The descriptive and normative dimension of a dual character concept. *Philosophical Psychology*, 33(7), 997-1017.
- Revelle, W. (2019). psych: Procedures for Psychological, Psychometric, and Personality Research. [R package]. Retrieved from <https://cran.r-project.org/package=psych>.
- Richardson, D. S., & Green, L. R. (2006). Direct and indirect aggression: Relationships as social context. *Journal of Applied Social Psychology*, 36(10), 2492-2508.
- Riker, B. L. (1944). A comparison of methods in attitude research. *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 39, 24-42.

- Rollings, J., Micheletta, J., Van Laar, D., & Waller, B. M. (2022). Personality traits predict social network size in older adults. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 01461672221078664.
- Rosenberg, H., & Asterhan, C. S. C. (2017). What's App, sir? Teachers and students in WhatsApp groups (in Hebrew). In *Breaking down barriers? Teachers, students and social network sites* (pp. 77-101). Tel Aviv: MOFET books.
- Saling, L., & Phillips, J. G. (2010). The manifestation of neuroticism in the use of information and communication technology. *Psychology of Neuroticism and Shame* (hal. 59-83). Nova Science Publishers.
- Schmitt, D.P., Allik, J.R., McCrae, R.R., & Nez, V.N.B-M. (2007). The geographic distribution of Big Five personality traits. *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 38(2), 173-212. doi: 10.1177/0022022106297299.
- Sindermann, C., Lachmann, B., Elhai, J. D., & Montag, C. (2021). Personality associations with WhatsApp usage and usage of alternative messaging applications to protect one's own data. *Journal of Individual Differences*, 42(4), 167-174.
- Subrahmanyam, K., & Greenfield, P. (2008). Online communication and adolescent relationships. *The future of children*, 119-146.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- The Annenberg Public Policy Center of the University of Pennsylvania. (2006, September 20). Online Contact by Strangers Common on Adolescent Social Networking Websites. . <https://www.annenbergpublicpolicycenter.org/online-contact-by-strangers-common-on-adolescent-social-networking-websites/>
- The jamovi project (2022). jamovi. (Version 2.3) [Computer Software]. Diakses dari <https://www.jamovi.org>.
- Toyama, M., & Hayashi, Y. (2021). Links of personality traits to media multitasking: Conscientiousness predicts mobile phone use in the college classroom. *Current Psychology*, 1-8.
- Uyanık, G. K., & Güler, N. (2013). A study on multiple linear regression analysis. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 106, 234-240.
- Vorderer, P., Krömer, N., & Schneider, F. M. (2016). Permanently online–Permanently connected: Explorations into university students' use of social media and mobile smart devices. *Computers in Human Behavior*, 63, 694-703.
- Walther, J. B. (1996). Computer-mediated communication: Impersonal, interpersonal, and hyperpersonal interaction. *Communication research*, 23(1), 3-43.
- Wang, D., & Ziano, I. (2022). Faster Responders are Perceived as more Extraverted. *Journal of Experimental Psychology: General*.
- Wenerda, I. (2020). PROSES KOMUNIKASI PADA PENGGUNA APLIKASI WHATSAPP YANG MENONAKTIFKAN FITUR READ RECEIPTS. *CHANNEL: Jurnal Komunikasi*, 8(1), 9-16. [http://journal.uad.ac.id/index.php/CHANNEL/article/view/14461/Indah Wenerda](http://journal.uad.ac.id/index.php/CHANNEL/article/view/14461/Indah+Wenerda)
- Widiger, T. A., Costa, P. T., & American Psychological Association (Eds.). (2013). *Personality disorders and the five-factor model of personality*. Washington, DC: American Psychological Association.
- Wong, Y. T., Ngo, H. Y., & Wong, C. S. (2003). Antecedents and outcomes of employees' trust in Chinese joint ventures. *Asia Pacific Journal of Management*, 20(4), 481-499.
- Yang, Z., Wang, R., Chen, H., & Ding, J. (2015). Personality and worry: The role of intolerance of uncertainty. *Social Behavior and Personality: an international journal*, 43(10), 1607-1616.