

Pengaruh Literasi Media terhadap Perilaku Penyebaran *Hoax* di Kalangan Generasi Z

Kamilatus Sya'diyah*; Rosita Anggraini

Artikel History:

Received 9 Juli 2021

Received in Revised 13 Desember 2021

Accepted 24 Desember 2021

ABSTRACT

This study is to determine the effect of media literacy on the behavior of spreading hoax. The concept used is the concept of Media Literacy, which consists of seven skills, and Hoax Spreading Behavior, which consists of three factors. The approach to this research is quantitative. The research method used is a survey with the type of explanatory research. The research population in this study were 87 of STIKOM Inter Studi Students, Broadcasting Department, Class 2017. To calculate the number of samples, used the Slovin formula with an error rate of 10% and got the results of 57 people as respondents. Data collection is observation, questionnaire distribution, and literature study. The data obtained were analyzed by statistical calculations using the SPSS program. The results show that the media literacy variable (X) had a significant influence to the hoax spread behavior variable (Y) in Generation Z. However, respondents tend to have media literacy skills at a basic level, because they only has an effect of 32 persen. The public can increase awareness in media literacy to avoid the behavior of spreadin hoax around them.

Keywords: Hoax; Generation Z; Media Literacy; Social Media

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh literasi media terhadap perilaku penyebaran *hoax*. Konsep yang digunakan adalah konsep literasi media, yang terdiri dari tujuh kemampuan, dan perilaku penyebaran *hoax*, yang terdiri dari tiga faktor. Pendekatan penelitian ini adalah Kuantitatif. Metode penelitian yang digunakan adalah survei dengan jenis penelitian eksplanatif. Populasi penelitian adalah Mahasiswa STIKOM Inter Studi Jurusan Penyiaran Angkatan 2017 yang berjumlah 87 orang. Untuk menghitung jumlah sampel, digunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan 10% dan mendapatkan hasil 57 orang sebagai responden. Pengumpulan data adalah observasi, penyebaran kuesioner, dan studi kepustakaan. Data yang diperoleh dianalisis dengan perhitungan statistik menggunakan program SPSS. Hasil penelitian menunjukkan variabel literasi media (X) memiliki pengaruh yang cukup signifikan terhadap variabel perilaku penyebaran *hoax* (Y) pada Generasi Z. Namun, responden cenderung memiliki kemampuan media literasi pada tingkat dasar, karena hanya memiliki peran sebesar 32 persen. Masyarakat dapat meningkatkan kesadaran dalam literasi media akan informasi *hoax* di sekitar mereka.

Kata Kunci: Hoax; Generasi Z; Literasi Media; Media Sosial



PENDAHULUAN

Perkembangan yang pesat pada teknologi komunikasi dan informasi di era digital ini, mempengaruhi pola kehidupan manusia. Ini menjadi sebuah fenomena yaitu masyarakat lebih mudah mengakses dan mendapatkan beragam informasi di internet. Media sosial merupakan medium yang identik dengan pencarian informasi terkini, bertransaksi *online* maupun memberikan opini publik terhadap sesuatu isu yang sedang hangat diperbincangkan. Media sosial adalah segala bentuk media komunikasi interaktif yang memungkinkan terjadinya interaksi dan umpan balik dua arah (Kent, 2013).

Banyak jenis platform media sosial yang tersedia saat ini antara lain *WhatsApp*, *Instagram*, *Twitter*, *Tik Tok*, *Facebook*, dan berbagai jenis media sosial lainnya menjadi sarana menyebarkan informasi. Menurut data digital yang diunggah *hootsuite* dan dirilis pada Januari 2020, jumlah pengguna media sosial aktif di Indonesia meningkat 8,1 persen dibanding tahun sebelumnya. Totalnya menyentuh 160 juta pengguna (We Are Social & Hootsuite, 2020)

Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) dan Indonesia Survei Center (ISC) melakukan survei Penetrasi dan Perilaku Pengguna Internet di Indonesia, dari tahun 2019 hingga kuartal II tahun 2020. Menurut data yang diperoleh terdapat 196,71 juta pengguna internet di Indonesia. Dibandingkan tahun 2018, angka ini mengalami peningkatan sekitar 73,7 persen (Irawan et al., 2020).

Kemudahan yang didapat dalam perkembangan teknologi justru menimbulkan masalah baru. Berbagai informasi didapat dan ditukarkan, tidak terkecuali informasi tidak benar atau *hoax*. *Hoax* merupakan eksek atau hal negatif yang melampaui batas terhadap kebebasan berpendapat dan penyampaian aspirasi khususnya media sosial dan blog di internet (Simarmata et al., 2019).

Hoax dibuat secara sengaja, bermaksud mempengaruhi publik dengan mengeluarkan opini yang berbanding terbalik dengan fakta yang ada, menggiring opini, membentuk persepsi serta menguji kecermatan serta kecerdasan pengguna internet dan media sosial dalam membaca serta menerima informasi. Akibat yang ditimbulkan dari penyebaran berita *hoax* itu sendiri adalah keributan, kesalahpahaman, hingga perpecahan antar elemen



masyarakat. Terlebih elemen masyarakat yang menjadi pengguna aktif di media sosial.

Literasi media yang baik mengurangi perilaku penyebaran *hoax* sebagaimana pernah dilakukan penelitian oleh (Nabilah et al., n.d.) mengenai “Pengaruh Tingkat Literasi Media terhadap Perilaku Penyebaran *Hoax* di Kalangan Generasi Z” menunjukkan terdapat pengaruh dengan persentase 35,7 persen yang berarti bahwa tingkat literasi media antara perilaku penyebaran *hoax* sangat berpengaruh di lingkungan generasi Z. Artinya pemahaman literasi media yang baik, mempengaruhi kecermatan seseorang dalam menerima sebuah informasi.

Munculnya beragam *hoax* di media sosial menuntut pengguna untuk bisa mengidentifikasinya dengan cermat. Kemampuan pengenalan ini disebut melek media atau literasi media. Dalam hal ini yang berarti kemampuan seseorang untuk membuat, mengakses, dan mengevaluasi secara tepat secara kritis disebut dengan literasi media. Sebagaimana, hal ini menjadi perhatian dari berbagai kalangan.

Penelitian oleh (Fauzi, 2018) mengenai Memahami Literasi Media Baru dalam Penyebaran Informasi *Hoax* dan *hate speech* yang menunjukkan hasil beberapa aktivitas informan di *Facebook* memperlihatkan adanya kegiatan berupa mengomentari dan menanggapi sebuah isu yang sedang diperbincangkan. Serta penyebaran informasi guna memberi informasi kepada orang lain mengenai kebenaran sebuah informasi. Media menyebar informasi bertujuan untuk menentukan kebenaran sehingga penerima informasi perlu memilah informasi yang diterima (Hilmiyah et al., 2021).

Seseorang saat menerima informasi memiliki otoritas terhadap dirinya dan tidak terpengaruh atas ketidakpastian informasi *hoax* yang beredar. Upaya individu dalam menilai sebuah pesan media serta memberikan tindakan berupa reaksi dengan penuh kesadaran dan tanggung jawab merupakan perilaku pengguna yang melek media (Suwarto, 2015).

Generasi Z adalah generasi yang sangat dekat dengan perkembangan teknologi serta berperan dalam penggunaan media sosial. Hal ini biasa disebut Generasi Internet. Generasi Z memiliki hubungan sosial yang lebih dekat dengan dunia maya. Generasi ini sudah banyak dikenalkan oleh teknologi sejak kecil, yaitu dalam mengenal *smartphone*, dan tergolong generasi yang kreatif. Adapun karakteristik yang dimiliki oleh generasi Z adalah menyukai



aktivitas sosial dibandingkan generasi sebelumnya, *multitasking*, sangat menyukai teknologi, peduli lingkungan, mudah dipengaruhi lingkungan perihal produk atau merek, cerdas serta mudah dalam mengakses informasi yang cepat (Kupperschmidt, 2016). Oleh karena itu, pemahaman yang baik tentang literasi media perlu dimiliki oleh masyarakat khususnya generasi Z yang setiap harinya tidak luput dalam penggunaan internet dan media sosial. Salah satu yang termasuk generasi Z adalah mahasiswa. Generasi Z dalam penelitian ini adalah mahasiswa STIKOM Inter studi.

Penggunaan media sosial pada penelitian ini ialah *Twitter*. *Twitter* merupakan media sosial yang saat ini dengan banyak pengguna serta berkembang pesat karena pengguna dapat berkomunikasi dengan perangkat seluler mereka kapan dan dimana saja. *Twitter* masih banyak digunakan di kalangan mahasiswa saat ini karena informasi yang didapat atau disebarluaskan begitu cepat. *Twitter* menyediakan akses para penggunanya untuk mengirim pesan teks paling banyak 140 karakter (disebut *tweet*). Pengguna dapat berbalas pesan atau menulis pesan berupa teks atau mengunggah foto. Penggunaan yang terus menerus meningkat dan tidak diimbangi dengan literasi media yang baik akan menjadi sebuah permasalahan yang perlu untuk dikaji, maka dari itu peneliti melakukan penelitian ini.

Rumusan masalah dari pemaparan pada topik permasalahan sebelumnya “Bagaimana Pengaruh Literasi Media terhadap Perilaku Penyebaran *Hoax* di kalangan Generasi Z khususnya Mahasiswa Stikom Inter Studi” Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar Pengaruh Literasi Media terhadap Perilaku Penyebaran *Hoax* pada mahasiswa STIKOM Inter Studi.

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi berkembang pesat sejak 10 tahun terakhir. Sebagaimana 10 tahun terakhir, koran, radio, televisi masih sangat dibutuhkan untuk mencari atau mengetahui sebuah berita atau informasi. Namun, di era globalisasi ini semuanya berubah. Mulai dari alat komunikasi canggih hingga munculnya internet maupun media sosial yang sangat cepat di akses. Kemudahan dalam mengakses internet serta media sosial yang lebih cepat dibandingkan 10 tahun yang lalu. Media sosial berfungsi sebagai penghubung antar individu maupun kelompok kapanpun dan dimanapun. Media sosial memberikan banyak informasi bahkan hal-hal baru yang sebelumnya tidak

diketahui. Dalam memberikan kecepatan informasi, media sosial unggul sehingga penggunanya semakin adaptif dan dinamis.

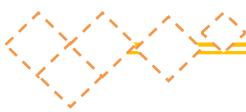
Literasi Media

Literasi Media adalah sudut pandang aktif pada individu yang bertujuan untuk memaknai sebuah pesan yang disampaikan oleh media pada saat mengakses media. Pengertian lain adalah keterampilan yang berguna dalam berbagai bentuk pada proses analisis, akses, evaluasi dan pembuatan pesan (Aditiawarman, 2019). Menurut Potter dalam bukunya yang berjudul *Media Literacy the 5th Edition. London: SAGE Publication*, dimana dalam bukunya Potter membagi literasi media menjadi tujuh kemampuan literasi media.

Kemampuan pertama adalah analisis. Seseorang bisa memilih untuk hanya mengetahui ketika menerima informasi atau mencari dengan cermat dan teliti mengenai informasi terkait. Kemampuan kedua adalah evaluasi. Pada poin ini, individu dapat menjelaskan bagaimana menilai informasi dengan membandingkan informasi lain dengan standar terpilih. Kemampuan ketiga adalah klasifikasi. Informasi yang didapat kemudian dihimpun menjadi beberapa kategori supaya substansinya benar. Kemampuan keempat adalah individu dapat memperoleh pemahaman umum tentang informasi dari data yang ada. Kemampuan kelima adalah generalisasi. Individu menarik sebuah kesimpulan secara logis, dengan menentukan kesimpulan yang umum menjadi khusus. Kemampuan keenam adalah kombinasi. Keahlian individu dalam menggabungkan beberapa informasi yang baru maupun informasi yang telah diketahui. Kemampuan yang terakhir adalah abstraksi. Proses individu untuk membuat sebuah pengertian yang jelas dengan garis besar pada informasi yang ada (Potter, 2011).

Media Sosial

Pada dasarnya, eksistensi dan sistem kerja komputer sama dengan keberadaan media sosial. Pengenalan, komunikasi, dan kerja sama merupakan bentuk dalam bersosial. Diibaratkan seperti sebuah sistem yang telah terbentuk menjadi cara kerja komputer sebagaimana sistem tersebut seperti di antara individu dengan masyarakat (Nasrullah, 2015). Medium yang memungkinkan untuk penggunanya mempresentasikan diri serta melakukan interaksi untuk kerja sama, berbagi serta berkomunikasi dan membangun



hubungan sosial secara virtual disebut media sosial (Nasrullah, 2015). Adanya media sosial segala bentuk berita dan informasi dapat diakses dengan jangka waktu yang singkat. Ini merupakan keuntungan yang didapat dalam kemudahan informasi dan teknologi saat ini.

Perilaku Penyebaran *Hoax*

Reaksi atau respons individu terhadap rangsang atau stimulus dari luar merupakan pengertian dari perilaku. Adanya stimulus terhadap organisme merupakan proses terjadinya perilaku, lalu organisme tersebut merespons, maka teori Skinner disebut teori “S-O-R” atau *stimulus - organism - response* (Soekidjo, 2012).

Perilaku seseorang tergantung terhadap respons dan reaksi pribadi orang itu sendiri. Kecepatan dalam mengakses sebuah informasi, juga memiliki hal negative, yaitu cepatnya penyebaran berita atau informasi *hoax* di media sosial atau internet. *Hoax* adalah informasi yang tidak tepat atau tidak benar atau palsu. Tujuan dari dibuatnya *hoax* sangat beragam, beberapa dari oknum penyebaran *hoax* menganggap itu sebagai lelucon hingga ke hal yang serius. *Hoax* dibuat oleh individu atau kelompok yang tidak setuju atau menyukai suatu hal. Selain itu, *hoax* dengan sengaja dibuat untuk membuat masyarakat kebingungan, tidak aman dan merasa tidak nyaman atas hal yang sedang terjadi. Dulu, aktivitas *hoax* pada media sosial dilakukan sebagai sarana *bully*. Akan tetapi, dalam perkembangannya dimanfaatkan para elit politik untuk melihat keefektifan *hoax* ini dan menggunakannya sebagai gerakan kampanye terselubung.

Penyebaran *hoax* merupakan perilaku seseorang yang dapat ditinjau menggunakan *Social Learning Theory* atau biasa disebut teori pembelajaran sosial. Tokoh dalam teori ini, yaitu Bandura, memecah faktor perilaku menjadi tiga pengaruh (Bandura, 1977). Faktor pertama adalah konsep diri, yaitu pemahaman individu atas diri sendiri berdasarkan interaksi dan pengalaman dengan orang lain, yang meliputi aspek sosial, psikologis dan fisik. Faktor kedua adalah lingkungan, yaitu yang memicu individu melakukan sikap tertentu. Faktor ketiga adalah tindakan, yaitu kesediaan untuk membuat tanggapan secara konstan terhadap tujuan maupun situasi secara positif atau negatif.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Adapun jenis penelitiannya ialah



eksplanatif dengan kata lain, studi menemukan interaksi kausal dua konsep ataupun lebih. (Kriyantono, 2006). Kedua variabel yang diukur antara lain, Literasi Media (X) sebagai variabel yang mempengaruhi variabel lain (Mikha, 2013). Sedangkan perilaku penyebaran *hoax* (Y) variabel yang dipengaruhi oleh variabel lain (Mikha, 2013).

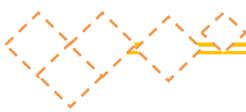
Operasionalisasi Konsep

Operasionalisasi konsep merupakan upaya untuk mereduksi konsep tersebut dan menjadikannya *operable, measurable, dan researchable* (Eriyanto, 2011). Ini adalah proses supaya data yang ada bisa dianalisis dan dipelajari dengan format beberapa indikator. Pada operasionalisasi konsep, terdapat empat poin, yaitu (1) Variabel; dimana pada poin ini menurunkan konsep menjadi draf empiris. Peneliti menurunkan konsep —Literasi Media, menjadi Literasi Media dan —*Hoax* menjadi perilaku penyebaran *hoax* (2) Dimensi; ialah gatra spesifik yang terkandung pada rencana. Dimensi dari variabel X terdiri dari analisis, evaluasi, kategorisasi, indikasi, generalisasi, kombinasi, dan abstraksi (W.James Potter). Sedangkan dimensi dari variabel Y adalah konsep diri lingkungan, dan tindakan (Albert Bandura). (3) Indikator; gambar dimensi tertentu sehingga dapat diukur. (4) Pertanyaan rinci; indikator menjawab pertanyaan. Sebuah indikator dapat dijawab dengan sebuah pertanyaan.

Populasi dan sampel

Populasi ialah jumlah subjek penelitian (Suharsimi, 2010). Pada penelitian ini, populasi yang digunakan merupakan kalangan generasi Z tepatnya mahasiswa angkatan 2017 Program Studi Ilmu Komunikasi konsentrasi Penyiaran, STIKOM Inter Studi Jakarta. Populasi ini merupakan generasi kelahiran tahun 1998-1999 dengan jumlah 87 orang.

Sampel adalah jumlah dari bagian dari total dan memiliki karakteristik seperti populasi tersebut (Sugiyono, 2013). Teknik pengambilan sampel menggunakan *Disproportionate stratified random sampling*. *Disproportionate stratified random sampling* adalah kegiatan pengambilan sampel guna memastikan kuantitas sampel, jika populasi berjenjang namun tidak proposisional (Sugiyono, 2017). Adapun kriteria khusus pada penelitian ini adalah mahasiswa generasi Z yang menggunakan aplikasi *Twitter*, aktif atau mengikuti isu-isu pada *trending* di Twitter, dan membuka *Twitter* 2 jam per hari.



Peneliti menggunakan rumus Slovin, untuk mencapai sampel. Jumlah yang ditentukan pada sampel harus representatif agar hasil perhitungan tidak memerlukan tabel sampel, serta dapat digeneralisasi dan dapat dihitung menggunakan rumus sederhana (Sugiyono, 2017). Penentuan sampel seperti berikut :

$$n = \frac{N}{1 + N (e)^2}$$

Ket :

n = jumlah sampel

N = Populasi

e = Persentase kekeliruan akurasi yang di toleransi; e = 0,1

Terdapat ketetapan seperti berikut:

Jika e = 0,1 (10%) digunakan ketika populasi besar

Jika e = 0,2 (20%) digunakan ketika populasi kecil.

Dengan demikian, rentang sampel menggunakan Slovin ialah 10 - 20% dari populasi penelitian. Berikut uraian sampel ;

Tabel 1 Profil Responden

Demografisi	
Jenis Kelamin	Laki –laki
	Perempuan
Usia	21 – 22 tahun
	23 – 24 tahun
Geografis	
Domisili Tinggal	Jakarta
	Depok
	Bekasi
	Bogor
	Lainnya
Habits	
Pengguna Media Sosial	<i>Twitter</i>
Intensitas Membuka Twitter	>2 jam per hari

Sumber: Hasil Penelitian

Setelah dihitung dengan rumus Slovin, didapatkan sampel berjumlah 57 orang untuk observasi ini.

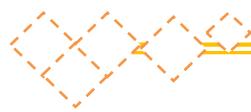
Teknik Pengumpulan data

Pengumpulan data menggunakan beragam cara (Sugiyono, 2010). Berdasarkan sumber datanya, pengumpulan data dibagi menjadi data primer dan data sekunder. Data primer bersumber dari survei yang dilakukan oleh peneliti. Data sekunder bersumber informasi dari artikel jurnal, buku, serta website. Penggunaan data sekunder diperlukan untuk mendukung penelitian ini. Kuesioner digunakan sebagai perangkat pengumpulan data. Kuesioner adalah proses pengumpulan data melalui menyampaikan jawaban atas pernyataan maupun pertanyaan supaya dijawab oleh responden. (Sugiyono, 2010).

Penggunaan skala likert dalam penelitian ini untuk mengukur variabel. Untuk mengungkap tanggapan, sikap dan pandangan individu atau kelompok orang dapat menggunakan skala likert untuk fakta sosial. (Sugiyono, 2014). Variabel yang akan diukur digambarkan sebagai indeks dari variabel. Skala Likert memiliki lima tingkat untuk mengukur variabel diatas:

- a. Sangat Tidak Setuju (STS)
- b. Tidak Setuju (TS)
- c. Ragu – ragu (RG)
- d. Setuju (S)
- e. Sangat Setuju (SS)

Setiap tanggapan mempunyai poin yang berbeda, yaitu: Jawaban STS poin 1, TS poin 2, N poin 3, S poin 4, dan SS poin 5. Peneliti menggunakan metode ini untuk mengetahui penilaian yang dilakukan oleh masing-masing responden dan mendapatkan data tentang penilaian tersebut.



Teknik analisis data

Uji Validitas

Pada penelitian ini, valid atau tidaknya pernyataan atau pertanyaan perlu diuji menggunakan uji validitas. Hal ini dapat menunjukkan apa yang diukur oleh kuesioner, dan dilihat dari kuesioner tersebut (Ghozali, 2012). Untuk menyamakan mutu r hitung dengan r tabel dengan *degree of freedom* (df) = $n - 2$, dimana n merupakan jumlah sampel dan $\alpha = 0.05$ dengan melakukan uji signifikansi. Indeks dikatakan valid apabila r hitung $>$ (lebih dari) r tabel dan nilainya positif (Ghozali, 2012).

Uji Reliabilitas

Untuk mengukur kuesioner berupa variabel dan indeks maka perlu melakukan uji reliabilitas. Kuesioner dianggap dapat dipercaya ataupun reliabel apabila tanggapan responden mengenai pernyataan ataupun persoalan stabil dan sesuai (Ghozali, 2012). Pengukuran atau pengujian reliabilitas dilakukan dengan melakukan pengukuran sekali kemudian membandingkan hasil dengan mengukur hubungan antar jawaban. Penggunaan uji statistik *Cronbach Alpha* (α) untuk mengukur reliabilitas dan dapat menggunakan aplikasi SPSS (Ghozali, 2012). Variabel dinyatakan reliabel apabila nilai $\alpha > 0.6$ (Ghozali, 2012).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 1 Profil Responden

Demografis		Frek	Percent
Jenis Kelamin	Laki – laki	22	38,6 %
	Perempuan	35	61,4 %
Usia	21 – 22 Tahun	53	93 %
	23 – 24 Tahun	4	7 %
Geografis	Jakarta	32	56,1 %
	Depok	13	22,8 %
	Tangerang	4	7 %
	Bekasi	6	10,5 %
	Lainnya	2	3,6 %

Sumber: Hasil Penelitian



Validitas dan Reliabilitas

Tabel 2 Uji Validitas Variabel X

Pernyataan	R Hitung	Ket.
X.1	0.287	Valid
X.2	0.701	Valid
X.3	0.603	Valid
X.4	0.719	Valid
X.5	0.613	Valid
X.6	0.297	Valid
X.7	0.607	Valid
X.8	0.596	Valid
X.9	0.607	Valid
X.10	0.737	Valid
X.11	0.735	Valid
X.12	0.488	Valid
X.13	0.679	Valid
X.14	0.791	Valid
X.15	0.723	Valid
X.16	0.390	Valid
X.17	0.622	Valid
X.18	0.430	Valid
X.19	0.476	Valid
X.20	0.799	Valid
X.21	0.557	Valid

Sumber: Hasil Penelitian

Tabel 3 Uji Validitas Variabel Y

Pernyataan	R Hitung	Ket.
Y.1	0.504	Valid
Y.2	0.452	Valid
Y.3	0.648	Valid
Y.4	0.544	Valid
Y.5	0.577	Valid
Y.6	0.599	Valid
Y.7	0.518	Valid
Y.8	0.518	Valid
Y.9	0.642	Valid

Sumber: Hasil Penelitian

Diketahui pada penelitian ini, nilai r tabel adalah $N - 2 = 57 - 2 = 55$. R Tabel 55 adalah 0.222 dengan koefisien kesalahan ketelitian yang dapat ditolerir yaitu 0,1. Dari tabel diatas seluruh poin pernyataan dapat disimpulkan valid.



Tabel 4 Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha
Literasi Media	0.909
Perilaku Penyebaran <i>Hoax</i>	0.716

Sumber: Hasil Penelitian

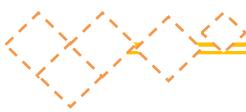
Menurut perhitungan menggunakan rumus Cronbach's Alpha (α), jika $\alpha >$ (lebihdari) 0.6, maka data tersebut dianggap reliabel. Maka dari itu, variabel pada penelitian ini dianggap reliabel.

Literasi Media dan Perilaku Penyebaran *Hoax*

Dalam tahap ini, menguraikan variabel-variabel berlandaskan *mean* dan standar deviasi indikator-indikator pada variabel responden yakni mahasiswa angkatan 2017 Program Studi Ilmu Komunikasi konsentrasi Penyiaran, STIKOM Inter Studi Jakarta.

Tabel 5 Literasi Media

Pernyataan	Mean [*]	Std. Deviasi
Dimensi Analisis		
X.1	4.25	0.576
X.2	4.33	0.636
X.3	4.07	0.753
Dimensi Evaluasi		
X.4	4.05	0.854
X.5	4.14	0.581
X.6	4.00	0.567
Dimensi Kategorisasi		
X.7	4.02	0.694
X.8	4.26	0.695
X.9	4.19	0.693
Dimensi Induksi		
X.10	4.02	0.719
X.11	3.95	0.666
X.12	4.07	0.704



D.imensi Deduksi		
X.13	4.16	0.621
X.14	4.05	0.639
X.15	4.11	0.673
Dimensi Kombinasi		
X.16	4.14	0.639
X.17	4.05	0.692
X.18	4.09	0.662
Dimensi Abstraksi		
X.19	4.09	0.635
X.20	4.14	0.611
X.21	4.07	0.704

Sumber: Hasil Penelitian

Berdasarkan skor rata-rata (*mean*) literasi media pada tabel 5 dari responden, data yang diperoleh adalah skor literasi media masing-masing responden berada pada level sedang. Hal ini merujuk pada hasil rata-rata (*mean*) pada skala 3.00 - 4.00. Responden sekadar mempunyai *mean* yang baik dalam 3 indikator, yaitu keahlian membaca fakta secara menyeluruh, keahlian membaca serta memahami informasi, kemampuan mengetahui informasi yang dibaca *Hoax* atau bukan hanya dengan membaca *reply* dari pengguna *Twitter*. Artinya, responden mempunyai literasi media tingkat sedang, yaitu membaca informasi yang sedang terjadi dan memahami berita itu *Hoax* atau tidak.

Tabel 6 Perilaku Penyebaran *Hoax*

Pernyataan	Mean	Std. Deviasi
Dimensi Konsep Diri		
Y1	4.58	0.596
Y2	3.49	0.658
Y3	4.16	0.649
Dimensi Lingkungan		
Y4	4.47	0.630
Y5	3.63	0.858
Y6	3.79	0.700
Dimensi Tindakan		
Y7	3.89	0.748
Y8	4.28	0.840
Y9	3.98	0.896

Sumber: Hasil Penelitian

Pada tabel 6 variabel perilaku penyebaran *hoax* ditemukan nilai skor rata-rata (*mean*) yaitu setiap responden cenderung memiliki skor yang sedang. Skala 3.00 – 4.00 didapatkan pada rata-rata (*mean*). Rata-rata (*mean*) responden pada 4 indikator adalah baik yaitu, Responden mengetahui pengertian serta dampak dari penyebaran *hoax*. Lalu responden cenderung memeriksa kebenaran informasi yang dibaca melalui *Twitter*, dan responden tidak mem-*forward* informasi *hoax* yang dibaca.

Uji Korelasi

Tabel 7 Uji Korelasi

Correlations

		X	Y
X	Pearson Correlation	1	.566**
		Sig. (2-tailed)	.000
		N	57
Y	Pearson Correlation	.566**	1
		Sig. (2-tailed)	.000
		N	57

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

H0: Tidak ada hubungan antara Literasi Media (X) dengan Perilaku Penyebaran *Hoax* (Y)

H1: Ada hubungan antara Literasi Media (X) dengan Perilaku Penyebaran *Hoax* (Y).

Nilai signifikansi yang diperoleh dari tabel output SPSS sebesar $0,000 < 0,010$. Nilai koefisien korelasi Pearson yang diperoleh sebesar 0,566, yang artinya terdapat hubungan yang cukup kuat antara literasi media (variabel X) dengan perilaku penyebaran *hoax* (variabel Y).

Uji Regresi

Untuk mendeskripsikan pengaruh kedua variabel pada penelitian ini, perlu dilakukan uji regresi. Nilai *R square* merupakan koefisien determinasi.

Pengaruh Literasi Media terhadap Perilaku Penyebaran Hoax di Kalangan Generasi Z
 Kamilatus Sya'diyah*; Rosita Anggraini



Tabel 8 Koefisien Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error
1	.566 ^a	.320	.307	3.057

a. Predictors: (Constant), X

Pada tabel 8, menunjukkan angka 0,320 sebagai nilai *R Square* atau 32%. Maka dari itu, pada penelitian ini variabel independen mampu menguraikan 32% varietas yang terjadi pada variabel perilaku penyebaran *hoax* (Y). Adapun varietas lainnya diuraikan di luar variabel penelitian. Data koefisien determinasi atau *R square* sudah cukup baik karena penggunaannya sebagai data primer bernilai 0.3.

Tabel 9 Model Anova

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square		Sig.
			F		
Regression	241.644	1	241.644	25.864	.000 ^b
Residual	513.865	55	9.343		
Total	755.509	56			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X

Interpretasi data menggunakan Anova dilakukan untuk mengetahui apakah ada hubungan yang signifikan antara variabel X (Literasi Media) dengan Y (Perilaku penyebaran *Hoax*). Nilai F tabel 57 responden dalam penelitian ini sebesar 0,016 (Df N2 = 55 dan Df N1 = 1) dan tingkat signifikansi penelitian adalah 0,1. Pada tabel 9, variabel X memiliki hubungan yang signifikan terhadap variabel Y, karena F Hitung > F tabel, yaitu 25,864 > 0,0016 dan signifikansi F < signifikansi penelitian, yaitu 0,000 < 0,1.

Tabel 10 Model Regresi Linier

Model	B	Error	Coefficients ^a		
			Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
			Std. Error	Beta	t
1	(Constant)	14.907	4.222		3.531 .001
	X	.248	.049	.56 6	5.086 .000

a. Dependent Variable: Y

Berdasarkan hasil analisis yang ada, didapati nilai konstanta (a) sebesar 14.907, dan nilai koefisien (b) sebesar .248 sehingga didapat perbandingan regresi linier berikut;

$$Y = a + b.X$$

$$Y = 14.907 + 0.248.X$$

Adapun penjabarannya:

1. Konstantanya adalah 14.907, yang berarti nilai konsistensi perilaku penyebaran *hoax* (variabel Y) adalah 14.907. Didefinisikan seolah-olah literasi media tidak ada, sehingga perilaku penyebaran *hoax* konstans di 14.907.
2. Koefisien regresi (b) adalah 0,248, sehingga didefinisikan apabila literasi media ditingkatkan hal itu mempengaruhi perilaku penyebaran *hoax* yang akan meningkat sebesar 0,248. Mutu koefisien regresi yang positif dari perilaku penyebaran *hoax* membuktikan apabila tingginya tingkat literasi media masing-masing individu akan semakin tinggi kesadaran mengenai perilaku penyebaran *hoax* tersebut.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian ini, peneliti menyimpulkan adanya pengaruh antara literasi media terhadap perilaku penyebaran *hoax* di kalangan Gen Z khususnya pada Mahasiswa STIKOM Inter Studi Angkatan 2017. Adapun faktor literasi media memiliki peran sebesar 32 persen terhadap perilaku penyebaran *hoax*. Perilaku penyebaran *hoax* secara signifikan mempengaruhi literasi media tiap individu. Hasil rata-rata responden pada literasi media memiliki tingkat literasi media yang cukup tinggi hingga tahap abstraksi.



Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa responden memahami dampak dari penyebaran informasi *hoax* dengan nilai rata-rata 4.47 dan apabila mendapatkan informasi *hoax* responden tidak mem-*forward* dengan nilai rata-rata 4.28. Berdarkan data tersebut responden mengetahui dampak dari menyebarkan *hoax* sehingga tidak menyebarkan informasi tersebut kepada orang lain. Pada tingkat literasi yang tinggi, maka perilaku menyebarkan *hoax* semakin berkurang. Meskipun pada penelitian ini responden sempat melakukan penyebaran *hoax* dan responden juga memperingatkan seseorang yang menyebarkan. Literasi media dimanfaatkan sebagai tolak ukur dalam melihat pengaruh perilaku penyebaran *hoax*. Penelitian ini dapat menjadi pengingat agar masyarakat meningkatkan kesadaran dalam literasi media untuk menghindari perilaku menyebarkan *hoax*.

DAFTAR PUSTAKA

- Aditiawarman, M. (2019). *Hoax dan Hate Speech di Dunia Maya* (Vol. 1). Lembaga Kajian Aset Budaya Indonesia Tonggak Tuo.
- Bandura, A. (1977). Self-efficacy: Toward a unifying theory of behavioral change. *Psychological Review*. <https://doi.org/10.1037/0033-295X.84.2.191>
- Eriyanto. (2011). Analisis Isi: Pengantar Metodologi untuk Penenlitian Ilmu Komunikasi dan ilmu-ilmu sosial lainnya. In *Analisis Isi: Pengantar Metodologi untuk Penenlitian Ilmu Komunikasi dan ilmu-ilmu sosial lainnya*.
- Fauzi, A. (2018). Memahami Literasi Media Baru dalam Penyebaran Informasi Hoax dan hate speech (Studi Fenomenologi Dosen Pengguna Facebook dan Whatsapp). *Promedia*, 2, 56–76.
- Ghozali, I. (2012). Analisis multivariate dengan program IBM spss. *Articel*, 3.
- Hilmiyah, M., Ushuluddin, F., Dakwah, A., & Parepare, I. (2021). *Komodifikasi Wacana Islami pada Pemberitaan Media Cetak Harian Fajar*. 05(8). <https://doi.org/10.24198/jkj.v5i1.30932>
- Irawan, A. W., Yusufianto, A., Agustina, D., & Dean, R. (2020). *Laporan Survei Internet Apjii 2019-2020 (Q2)*. 2020, 15.
- Kent, M. L. (2013). Using social media dialogically: Public relations role in reviving democracy. *Public Relations Review*. <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2013.07.024>
- Kriyantono, R. (2006). *Teknik Praktis Riset komunikasi - Rachmat Kriyantono, S.Sos., M.Si - Google Books*. Kencana Prenada Media Group.
- Kupperschmidt, M. (2016). *Menurut Kupperschmidt (2000) (dalam. 2000, 2016–2018.*
- Mikha, A. W. (2013). Statistika Terapan; Konsep dan Aplikasi SPSS/LISREL dalam Penelitian Pendidikan, Psikologi dan Ilmu Sosial Lainnya. *Jakarta: PT Elex Media Komputindo*.
- Nabila, A., Berlian, C. N., Jeaniffer, E., Dwi, F., & Sabrina, I. (n.d.). *Pengaruh Tingkat Literasi Media terhadap Perilaku Penyebaran Hoax di Kalangan Generasi Z (Studi pada Siswa SMA Negeri 4 Depok) The Effect of Media Literacy Level on the Behavior of Hoax Spread among Generation Z (Study of SMA Negeri 4 Depok Students).* X, 108–126.
- Nasrullah, R. (2015). Media sosial: Perspektif komunikasi, budaya, dan sosioteknologi. *Bandung: Simbiosa Rekatama Media*, 2016, 2017.

- Potter, W. J. (2011). Conceptualizing Mass Media Effect. *Journal of Communication*. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2011.01586.x>
- Simarmata, J., Iqbal, M., Hasibuan, M. S., Limbong, T., & Albra, W. (2019). *Hoaks dan Media Sosial: Saring Sebelum Sharing*. Yayasan Kita Menulis.
- Soekidjo, N. (2012). Promosi Kesehatan dan Perilaku Kesehatan. *Jakarta: Rineka Cipta*, 131–132.
- Sugiyono. (2010). Statistika Untuk Penelitian. Bandung : Alfabeta. *Keperawatan*.
- Sugiyono. (2013). Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitaif, Kualitatif, dan R&D. Bandung CV alfabeta. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitaif, Kualitatif, Dan R&D*. <https://doi.org/10.1007/s13398-014-0173-7.2>
- Sugiyono. (2014). Metode dan Prosedur Penelitian. *E-Journal*.
- Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: PT Alfabet. In Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet.
- Suharsimi, A. (2010). Prosedur Penelitian : Suatu Pendekatan Praktik (Edisi Revisi). *Rineka Cipta*.
- Suwarto, D. H. (2015). *Gerakan Literasi Media Di Indonesia*.
- We Are Social & Hootsuite. (2020). Indonesia Digital report 2020. *Global Digital Insights*, 247.