

BAB 1

PENDAHULUAN

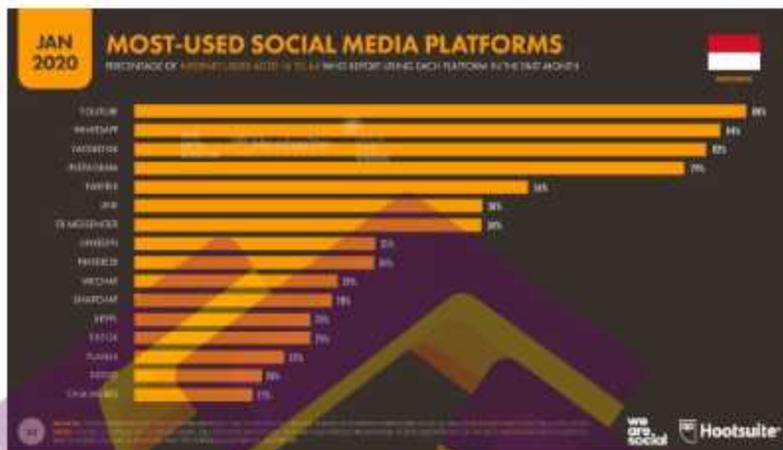
1.1 Latar Belakang Masalah

Pandemi COVID-19 tidak hanya menimbulkan tantangan di bidang kesehatan saja, tetapi juga memicu banyaknya terpaan rumor, *hoax*, dan informasi yang salah tentang virus corona atau COVID-19 tersebut (Tasnim, Hossain, & Mazumder, 2020:1). Kata *hoax* sendiri artinya berita bohong atau informasi palsu. Istilah ini populer seiring popularitas media online, terutama media sosial (Romli, 2018: 177).

Menteri Komunikasi dan Informatika, Johnny G Plate mengungkapkan jika berita bohong atau *hoax* tentang COVID-19 paling banyak tersebar melalui WhatsApp. Pada Mei 2019 Kementerian Komunikasi dan Informasi (Kominfo) mencatat terdapat 54 hoaks tentang bahaya virus Corona dari China yang berkembang hingga saat ini. Satu dilakukan pada hari Senin tanggal 6 Mei 2019 terkait kurma yang harus dicuci bersih karena mengandung virus corona adalah *hoax*. Dan 53 lainnya mulai hari Kamis 23 Januari 2020 sampai 3 Februari 2020 ada 53 *hoax*.

"Penyebaran yang paling besar melalui WhatsApp. Diteruskan, diteruskan, itu seperti deret ukur dan bisa menjangkau banyak sekali masyarakat." (Ronald. 2020. *Menkominfo: Berita Hoaks Corona Banyak Tersebar di WhatsApp* Diakses pada tanggal 25 Oktober 2020 Pukul 20.45 WIB).

Gambar 1.1 Platform media sosial yang paling aktif di Indonesia



Sumber: Andi Dwi Riyanto. 2020. *Hootsuite (We are Social): Indonesian Digital Report 2020* (Diakses pada tanggal 25 Oktober 2020 Pukul 20.45 WIB).

Menurut data dari Hootsuite (*We are Social*) yang dikeluarkan pada bulan Februari 2020, jumlah pengguna internet di Indonesia saat ini mencapai 171 jiwa atau sekitar 64% dari jumlah keseluruhan penduduk. Kemudian diperoleh data yang mana WhatsApp menduduki peringkat kedua *Most-Used Social Media Platforms* setelah Youtube. Dengan persentase 84% dari jumlah pengguna internet, atau sebanyak 143 juta pengguna (Sumber: Andi Dwi Riyanto. 2020. *Hootsuite (We are Social): Indonesian Digital Report 2020* (Diakses pada tanggal 25 Oktober 2020 Pukul 20.45 WIB).

Dikutip dari Tribunnews.com, sebuah riset yang dilakukan oleh *Cupo Nation* menyebutkan jika WhatsApp menduduki aplikasi *chatting* terpopuler nomor 1 di Indonesia dengan persentase sebesar 83% kemudian disusul oleh Line dengan persentase sebesar 59% dan Facebook Messenger dengan persentase sebesar 47%.

Persentase tersebut melambungkan persentase dari jumlah pengguna aktif sosial media tersebut di Indonesia. Studi tersebut dikutip dari beberapa sumber salah satunya *World Population Review* dan *Census* (Gaya Lufityani, 2020. *Riset CupoNation : Whatsapp Jadi Aplikasi Chatting Terpopuler di Indonesia*. Diakses pada 26 Desember 2020 Pukul 12.13 WIB).

Hasil survei dari DailySocial.id, WhatsApp merupakan salah satu dari tiga media sosial yang paling sering digunakan masyarakat Indonesia untuk mencari informasi (Randi Eka, 2018. *Laporan DailySocial: Distribusi Hoax di Media Sosial 2018*. Diakses pada 26 Desember 2020 Pukul 22.00 WIB). Setidaknya 56,55% pengguna media sosial menerima *hoax* saat mereka menggunakan WA. Sekitar 45% total 2032 responden yang tidak melakukan *fact check* terhadap berita *hoax* yang diterimanya. Responden juga masih kesulitan mendefinisikan sebuah berita adalah *hoax*, dibuktikan dari 75% responden menyatakan sulit mengetahui bahwa sebuah berita itu adalah *hoax*.

Gambar 1.2 Gambar berisi pesan untuk masak sayur lodeh tersebar di WhatsApp



Sumber: Gus. 2020. *Beredar Anjuran Masak Sayur Lodeh Untuk Usir Corona, Hoax atau Fakta!* (Diakses pada 26 Desember 2020 Pukul 21.15 WIB)

Pada gambar 1.2 adalah salah satu contoh kasus *hoax* yang pernah terjadi di Indonesia khususnya Yogyakarta. Yang mana ditemukan pesan berantai yang beredar luas di aplikasi chatting WhatsApp baik di grup maupun pribadi. Pesan ini berupa gambar yang berisi anjuran untuk memasak sayur lodeh dengan 7 bahan sayur yakni terong, kluwih, waluh, kacang panjang, tempe, kulit melinjo atau daun melinjo. Anjuran ini juga menyebutkan nama Sri Sultan Hamengku Buwono X. Pesan ini pun membuat kehebohan masyarakat. Terkait hal ini, Kepala Bagian Humas Biro Umum Humas dan Protokol Setda DIY, Ditya Nanaryo Aji, menegaskan bahwa poster atau gambar yang beredar di WhatsApp tersebut *hoax*. Terlepas dari kebenaran pesan tersebut, masyarakat Jawa memang secara turun temurun percaya bahwa sayur lodeh digunakan sebagai tolak bala sekaligus makanan yang bergizi.

Seiring dengan kepopuleran WhatsApp yang mana banyak masyarakat yang menggunakannya, kurangnya tingkat literasi media juga menjadi faktor yang menyebabkan penyebaran *hoax* di Indonesia. Ketidaksadaran terhadap proteksi informasi yang rendah disebabkan oleh literasi media pengguna media sosial di Indonesia juga rendah (Karelino, 2020:5). Sebagian besar pengguna media sosial termasuk WhatsApp di Indonesia belum menyadari jika setiap kontribusi yang dilakukan dalam bermedia sosial dapat disalah gunakan oleh oknum-oknum yang tidak bertanggungjawab, hal ini menyebabkan penyebaran informasi tidak benar (*hoax*) sengaja disamarkan (Aditiawarman Mac, 2019: 2).

Literasi media adalah usaha memberikan kesadaran kritis bagi khalayak saat mereka berhadap dengan media. Kesadaran kritislah yang menjadi kunci bagi

gerakan literasi (Utami Sofia Wilis; dkk, 2020: 124). Menurut *National Association of Media Literacy Education* (2010), literasi media tidak terbatas pada media saja, namun juga kemampuan seseorang dalam mengakses, menganalisa, mengevaluasi, membuat dan bertindak melalui berbagai media komunikasi.

Menurut Niken Widiastuti, Direktur Jendral Informasi dan Komunikasi Publik Kominfo, mengatakan jika persebaran *hoax* di Indonesia sebesar 90% terdapat di dunia digital, hal ini menyebabkan pentingnya literasi media kepada masyarakat untuk menangkal *hoax* (Folda Elsynosa, 2018. *Dirjen IKP: Tangkal Hoax, Perkuat Literasi Media*. Diakses pada 26 Desember 2020 pukul 22.15 WIB).

Dengan WhatsApp sebagai aplikasi *chatting* terpopuler di Indonesia (Gaya Lufityani, 2020. *Riset CupoNation : Whatsapp Jadi Aplikasi Chatting Terpopuler di Indonesia*. Diakses pada 26 Desember 2020 Pukul 12.13 WIB) dan tingkat literasi media di Indonesia menurun (Folda Elsynosa, 2018. *Dirjen IKP: Tangkal Hoax, Perkuat Literasi Media*. Diakses pada 26 Desember 2020 pukul 22.15 WIB), peneliti melihat ini sebagai suatu permasalahan yang perlu untuk dikaji. Apakah terpaan berita *hoax* Covid-19 berpengaruh pada sikap tanggap masyarakat. Hasil riset lain menunjukkan bahwa tingkat literasi media berpengaruh signifikan terhadap perilaku penyebaran *hoax*. Hal ini juga menjadi dasar bagi peneliti ingin mencari tahu apakah Tingkat Literasi Media menjadi faktor yang mempengaruhi sikap tanggap masyarakat.

Peneliti memilih masyarakat di Dusun Sono, Sinduadi, Mlati, Sleman, Yogyakarta sebagai lokasi penelitian karena atas beberapa pertimbangan tertentu. Pertimbangan yang pertama adalah keterjangkauan lokasi penelitian oleh peneliti

di tengah masa pandemi ini, baik dari segi tenaga, dana, maupun dari segi efisiensi waktu. Pertimbangan lainnya adalah adanya karakteristik khusus yang melekat pada setting yang dipilih. Pengamatan sementara menunjukkan bahwa masyarakat di Dusun Sono, Sinduadi, Mlati, Sleman, Yogyakarta terlihat ada kecenderungan mudah tertipu dengan pesan maupun informasi di WhatsApp baik melalui grup maupun pribadi, yang mana pesan-pesan tersebut adalah *hoax*.

1.2 Rumusan Masalah

Di masa pandemi COVID-19 ini menyebabkan banyaknya terpaan berita *hoax* tentang COVID-19 di berbagai media massa, dan penyebaran *hoax* COVID-19 paling besar di Indonesia adalah melalui WhatsApp. Menurut survei, pengguna WhatsApp di Indonesia sebanyak 84% dari populasi. Berdasarkan fakta diatas, rumusan masalah yang dirumuskan yaitu sebagai berikut:

1. Apakah terpaan berita *hoax* tentang COVID-19 di WhatsApp mempengaruhi sikap tanggap masyarakat?
2. Apakah tingkat literasi media mempengaruhi sikap tanggap masyarakat?

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui adakah pengaruh berita *hoax* tentang COVID-19 di WhatsApp terhadap sikap tanggap masyarakat.
2. Untuk mengetahui adakah pengaruh tingkat literasi media terhadap sikap tanggap masyarakat.

1.3.2 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah:

1.3.2.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai alat komunikasi secara umum dan juga penelitian ini bisa digunakan sebagai referensi untuk penelitian-penelitian selanjutnya, terutama di bidang media massa *online*.

1.3.2.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan terkait informasi mengenai media massa *online* yang berkaitan dengan terpaan berita hoax dan tingkat literasi media.

1.4 Tujuan Pustaka

Tabel 1.1 Penelitian terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Tahun	Keterangan
1.	Muhammad Ramadhitya Hasabi	Pengaruh Terpaan Berita Hoax “Penganlayaan Ratna Sarumpaet” di	2019	Teori yang digunakan pada penelitian ini adalah Teori S-O-R. dengan tipe penelitian eksplanatif. Menggunakan teknik

		<p>Media Online terhadap Sikap Pemilih Pelajar Kepada Calon Presiden Prabowo Subianto</p>	<p>sampel jenuh dengan mengambil seluruh total populasi.</p> <p>Teknik analisis yang digunakan pada variabel X dan variabel Y menggunakan uji koefisien determinasi. Perhitungan statistik uji koefisien determinasi menunjukkan tidak terdapat pengaruh antara terpaan berita <i>hoax</i> "penganiayaan Ratna Sarumpaet" di media online kompas.com terhadap sikap pemilih pelajar kepada calon Presiden Prabowo Subianto. Dengan hasil sebesar 6,8% dengan perhitungan $t_{hitung} < t$</p>
--	--	--	---

				tabel yaitu $3,39 < 1.66365$.
2.	Catur Hary Sucipto	Pengaruh Berita Palsu (<i>Hoax</i>) Isu Politik di Media Sosial Facebook terhadap Sikap Karyawan	2019	<p>Dalam penelitian ini menggunakan teori Kemungkinan Elaborasi. Menggunakan teknik <i>Purposive Sampling</i> dengan 74 sampel dari total jumlah Karyawan PT. FUMIRA Jakarta Factory.</p> <p>Dari hasil uji regresi diketahui jika terdapat pengaruh antara berita palsu (<i>hoaks</i>) isu politik di media sosial facebook dengan sikap karyawan PT. FUMIRA Jakarta Factory, dengan nilai $\alpha > 0,228$ ($0,734 > 0,228$) dan uji korelasi</p>

				sebesar 0,587.
3.	Immanuel Youri Karelino	Pengaruh Intensitas Penggunaan WhatsApp dan tingkat Literasi Media terhadap Perilaku Penyebaran Hoax	2020	Penelitian ini menggunakan teori <i>Social Learning</i> . Menggunakan teknik <i>Stratified Random Sampling</i> dengan menyebarkan kuesioner ke 100 responden. Hasil penelitian menunjukkan bahwa WhatsApp (X1) tidak berpengaruh terhadap perilaku penyebaran hoaks (Y), kemudian variabel tingkat literasi media (X2 berpengaruh terhadap variabel perilaku penyebaran hoaks (Y), kemudian variabel intensitas penggunaan WhatsApp

				(X1) dan tingkat literasi media (X2) secara simultan berpengaruh secara signifikan terhadap variabel perilaku penyebaran hoaks (Y).
4.	Ardhina Pratiwi, S.IIP	Analisis Pengaruh Literasi Media terhadap Pencegahan Berita Hoax di Media Sosial pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta	2019	Pada penelitian ini menggunakan analisis deskriptif dan regresi linier sederhana. Populasi pada penelitian ini berjumlah 108 mahasiswa dan diambil sampel sebanyak 85 mahasiswa. Hasil perhitungan statistik menunjukkan bahwa secara parsial literasi media berpengaruh terhadap pencegahan berita <i>hoax</i> . Dengan

				<p>persamaan regresi $Y = 17,654 + 0,179X$, literasi media meningkat sebanyak 1%, sehingga nilai pencegahan berita <i>hoax</i> juga meningkat sebesar 0,179.</p>
--	--	--	--	---

Dari berbagai penelitian diatas dapat diketahui terdapat beberapa faktor yang dapat memengaruhi sikap salah satunya media massa dan tingkat literasi media. Perbedaan penelitian ini dengan beberapa penelitian diatas adalah penelitian ini menggunakan 3 variabel yaitu terpaan berita *hoax* tentang COVID-19 di WhatsApp (X_1), tingkat literasi media (X_2) dan sikap tanggap masyarakat (Y). Kemudian pada penelitian ini menggunakan dua teori yaitu Teori S-O-R (*Stimulus - Organism - Response*) dan teori Literasi Media.

1.5 Hipotesis Penelitian

Gambar 1.3 Kerangka Hipotesis



Berdasarkan kerangka diatas dapat ditarik hipotesis sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh terpaan berita *hoax* tentang COVID-19 di WhatsApp terhadap sikap tanggap masyarakat? (H1)
2. Terdapat pengaruh tingkat literasi media terhadap sikap tanggap masyarakat? (H2)

1.6 Kerangka Teori

1.6.1 Terpaan Berita *Hoax*

Menurut Sunudaryanto, dkk (2017:33) karakteristik berita *hoax* yaitu berita bohong atau peristiwa yang dilebih-lebihkan, atau sengaja menghilangkan bagian tertentu, kemudian keterangan (*caption*) atau tulisan

yang tidak sesuai dengan gambarnya, isi berita yang tidak sesuai dengan judulnya, dan juga peristiwa di masa lampau yang dibahas kembali demi untuk mendukung isu terhangat yang sedang terjadi seolah-olah menjadi peristiwa yang terjadi saat ini.

Menurut Shore (1985:26) terpaan media menjelaskan kedekatan seseorang dengan hadirnya media massa dan juga bagaimana sikap seseorang tersebut. Sedangkan menurut Endang (1993:29) terpaan media adalah merupakan salah satu cara untuk mencari data pengguna terkait penggunaan media dilihat dari segi frekuensi, durasi, dan atensi.

Frekuensi diukur dengan berapa kali khalayak membaca berita tersebut. Untuk pengukurannya bisa dengan berapa banyak berita yang dibaca. Kemudian durasi diukur dengan berapa lama khalayak membaca berita tersebut. Untuk pengukurannya dapat dengan cara lamanya pengguna mengakses media tersebut. Sedangkan atensi atau perhatian dapat diukur dengan seberapa tinggi khalayak tertarik untuk membaca beita tersebut.

1.6.2 Literasi Media

Literasi media adalah kemampuan seseorang dalam menggunakan dan memanfaatkan media secara kritis yang mencakup pengetahuan tentang media, kemampuan memilih dan mencari isi media, serta memproduksi isi media untuk suatu kepentingan (Herlina, 2012:6).

Dalam penelitian sebelumnya, Santoso (2015:86) menjelaskan bahwa untuk mengukur tingkat literasi media yaitu menggunakan konsep

Individual Competence Framework. *Individual Competence Framework* merupakan kemampuan dalam memanfaatkan media, berupa menggunakan, memproduksi, menganalisis, dan mengomunikasikan pesan melalui media.

Individual Competence Framework sendiri meliputi Kompetensi Pribadi (*Personal Competence*) dan Kompetensi Sosial (*Social Competence*).

Kompetensi Pribadi yaitu keahlian seseorang dalam mengoperasikan media serta menganalisis isi konten yang ada yang bisa diukur menggunakan dua indikator yaitu Keterampilan Teknis (*Technical Skills*) dan Pemahaman Kritis (*Critical Understanding*).

Keterampilan teknis yang dimaksud adalah keahlian teknik dalam menggunakan media, sedangkan pemahaman kritis yang dimaksud yaitu kemampuan kognitif yang meliputi pengetahuan, pemahaman, penerapan, menganalisis dan mengevaluasi isi konten. Sedangkan untuk Kompetensi Sosial (*Social Competence*) dapat dilihat dengan aspek Kemampuan Komunikatif yang merupakan kemampuan dalam berkomunikasi dan berpartisipasi dengan menggunakan media.

1.6.3 Sikap Tanggap Masyarakat

Sikap individu terhadap suatu objek dapat dilihat sebagai evaluasi kedalam sebuah skala, mulai dari ujung yang *favorable* sampai dengan yang *unfavorable*. Secara umum terdapat tiga jenis sikap manusia yaitu (Liliweri, 2005:197) :

1. Kognitif, merupakan kaitannya dengan apa yang dipelajari dan tentang apa yang diketahui tentang suatu objek.
2. Afektif, adalah sebagai faktor emosional yang berkaitan dengan perasaan (bagaimana perasaan tentang objek).
3. Konatif, merupakan perilaku (behavioral) dapat dilihat melalui suatu tindakan.

Sikap merupakan kecenderungan bertindak, berpersepsi, berpikir, dan merasa dalam menghadapi objek, ide, situasi atau nilai (Rakhmat, 2005:39). Sedangkan menurut Pane (2009:11) sikap yaitu sebuah perilaku yang mencerminkan pola berpikir, suasana batin, dan motif dari seseorang. Hal ini karena pola pikir, suasana batin dan motif yang baik akan memudahkan seseorang memiliki perilaku yang baik, dan sebaliknya.

Menurut Azwar (2007:220) menyatakan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi pembentukan sikap adalah pengalaman pribadi, kebudayaan, orang lain yang dianggap penting, media massa, institusi atau lembaga pendidikan dan lembaga agama, dan faktor emosi yang ada dalam diri individu.

1.6.4 Pengaruh Terpaan Berita *Hoax* Tentang COVID-19 di WhatsApp terhadap Sikap Tanggap Masyarakat

Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori S-O-R (*Stimulus, Oragnism, Response*).) Menurut Djamal dan Fachruddin (2017: 65) model komunikasi S-O-R menjelaskan bagaimana efek bereaksi terhadap

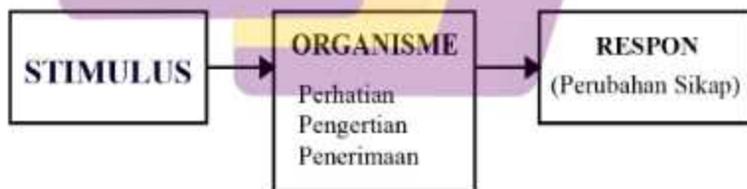
stimulus tertentu. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa teori ini menjelaskan kaitannya antara pesan dengan media dan reaksi khalayak. Elemen utama dari teori ini adalah pesan (stimulus), seorang penerima atau *receiver* (organisme) dan efek (respon).

Prof. Dr. Mar'at mengutip pendapat Hovlan dan Kelley dalam bukunya yang berjudul "sikap manusia, perubahan, serta pengukurannya", menyatakan bahwa dalam menelaah sikap terdapat 3 variabel penting, yang meliputi perhatian, pengertian dan penerimaan (Effendy, 2003 :254).

Selain itu, teori ini juga menjelaskan tentang pengaruh yang terjadi pada komunikan sebagai akibat dari komunikasi. Pengaruh atau dampak yang terjadi merupakan suatu reaksi tertentu dari rangsangan tertentu (Sendjaja, 1999:71). Jadi unsur dalam model ini yaitu Pesan (Stimulus), Komunikan (Organism) dan efek (Respon).

Untuk lebih jelasnya, berikut adalah bagan model dari Stimulus-Organisme-Respon :

Gambar 1.4 Model S-O-R



Dapat dilihat pada gambar 1.3 bahwa perubahan pada individu tergantung pada proses pesan informasi. Gambar diatas menggambarkan bahwa stimulus yang diberikan untuk komunikasi memiliki dua kemungkinan, yaitu pesan yang diterima atau ditolak.

1.6.5 Pengaruh Tingkat Literasi Media terhadap Sikap Tanggap Masyarakat

Dalam penelitian ini menggunakan teori Literasi Media. Media massa dan khalayak merupakan suatu hubungan yang bangun oleh pesan media, sedangkan pesan media adalah sesuatu yang memiliki ciri khas. Untuk memahami bagaimana hubungan diantara media massa, pesan media, dan khalayak dibentuk, berikut ini adalah penjelasannya dari beberapa prinsip dasar *national association of media literacy* (2007) :

- 1) Semua pesan media dibangun.
- 2) Setiap media memiliki keunikan dan karakteristik yang berbeda-beda.
- 3) Suatu pesan diproduksi untuk memiliki tujuan.
- 4) Semua pesan media berisi penanaman nilai dan tujuan yang ingin dicapai.
- 5) Manusia menggunakan kemampuan, keyakinan, pengalaman mereka untuk membangun arti pesan media.
- 6) Media dan pesan dapat mempengaruhi keyakinan, dan pengalaman mereka untuk membangun sendiri arti pesan media.

Literasi media secara umum memiliki tujuan diantaranya adalah sebagai berikut :

- 1) Membantu pengguna media agar memiliki pemahaman dan pengetahuan dalam mengakses media, sehingga bisa mengendalikan efek atau pengaruh menggunakan media di dalam kehidupan sehari-hari.
- 2) Melindungi pengguna media yang rentan akibat dampak dari media baru.
- 3) Masyarakat dapat menilai konten media berdasarkan pemahaman mereka terkait dengan media tersebut (Sangadji,dkk, atau (Eadie,2009:564).

Art Silverblatt menggambarkan suatu proses sistematis yang digunakan agar menjadikan literasi media bagian dari orientasi terhadap budaya masyarakat. 5 elemen literasi media adalah sebagai berikut (Silverblatt,1995:2-3) :

- 1) Menyadari dari efek media terhadap seseorang atau masyarakat.
- 2) Memahami proses komunikasi massa.
- 3) Kemampuan dan pemahaman menganalisis dan mendiskusikan pesan dari media.
- 4) Sadar jika konten dari media adalah sebuah teks yang memberikan pemahaman terhadap budaya kita dan diri kita.
- 5) Memahami kesenangan dan memahami apresiasi terhadap isi konten media.

1.7 Definisi Konseptual dan Definisi Operasional

1.7.1 Definisi Konseptual

1.7.1.1 Terpaan Berita *Hoax* Covid-19

Berita hoaks atau *hoax* adalah berita yang mengandung isi informasi bohong atau tidak benar. Dalam penelitian ini, didasarkan pada pengguna WhatsApp yang berdomisili di Yogyakarta yang pernah mendapatkan atau membaca berita *hoax* tentang COVID-19 di WhatsApp

1.7.1.2 Tingkat Literasi Media Masyarakat

Literasi media merupakan kemampuan untuk mengakses, menganalisis, memilah, dan memproduksi suatu informasi untuk tujuan tertentu. Literasi media masyarakat pada penelitian ini mengarah kepada seberapa besar masyarakat dapat memilah, memahami, dan mengambil sikap terkait terpaan berita *hoax* tentang COVID-19 di WhatsApp.

1.7.1.3 Sikap Tanggap Masyarakat

Sikap tanggap masyarakat mengenai sikap refleks dan spontanitas mereka terhadap terpaan berita *hoax* Covid-19 di WhatsApp.

1.7.2 Definisi Operasional

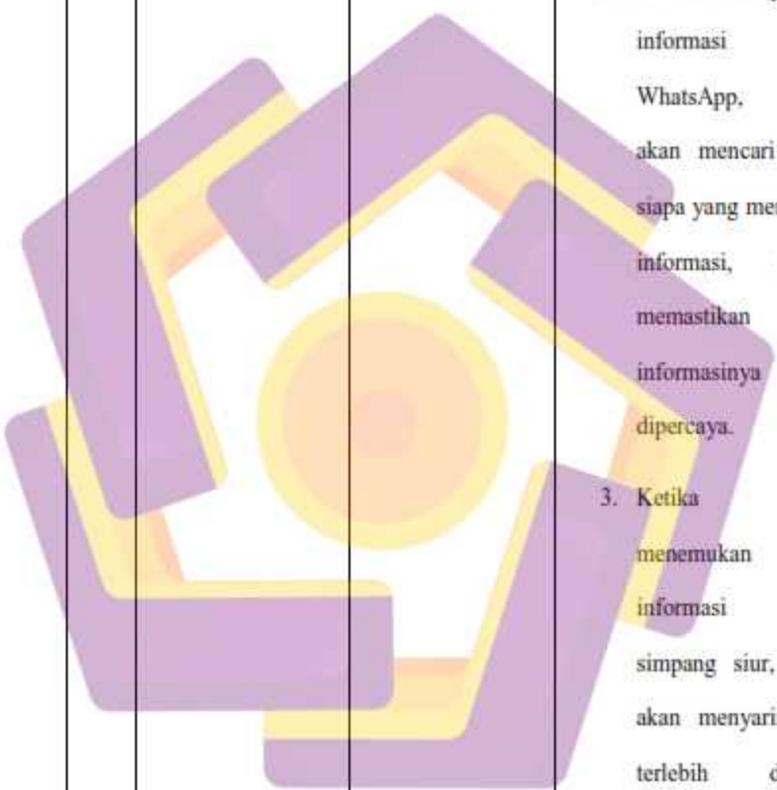
Tabel 1.2 Definisi Operasional

No	Variabel	Dimensi Variabel	Pertanyaan
1.	Terpaan Berita Hoax tentang COVID-19 di WhatsApp	Frekuensi	<ol style="list-style-type: none">1. Seberapa sering Anda mengakses WhatsApp?2. Seberapa sering Anda mendapat berita <i>hoax</i> tentang Covid-19 di WhatsApp?
		Durasi	<ol style="list-style-type: none">1. Berapa lamakah Anda dalam sehari, membaca berita tentang Covid-19 di WhatsApp?2. Sudah berapa lama Anda mengikuti informasi berita tentang Covid19?
		Atensi	<ol style="list-style-type: none">1. Saya dengan serius membaca



			<p>informasi berita tentang Covid-19 yang saya dapatkan di WhatsApp.</p> <p>2. Saya mengetahui dan mendapatkan informasi berita tentang Covid-19 secara lengkap dari WhatsApp.</p> <p>3. Saya setuju bahwa kasus Covid-19 yang dibeitakan atau diinformasikan di WhatsApp adalah masalah kesehatan yang serius.</p>
--	--	--	---

2.	Tingkat Literasi Media	<i>Personal Competence</i>	1. Saya dapat menggunakan WhatsApp tanpa bantuan orang lain.
		<i>Technical skills</i>	1. Saya mampu memahami dan mengerti maksud pesan di WhatsApp yang saya terima. 2. Ketika saya mendapatkan berita tentang Covid-19 di WhatsApp, saya dapat memahami apa saja isi teks yang disampaikan.
		<i>Critical Understanding</i>	1. Ketika mendapatkan informasi, saya akan mencari perbedaan isi informasi tersebut dengan sumber lain untuk

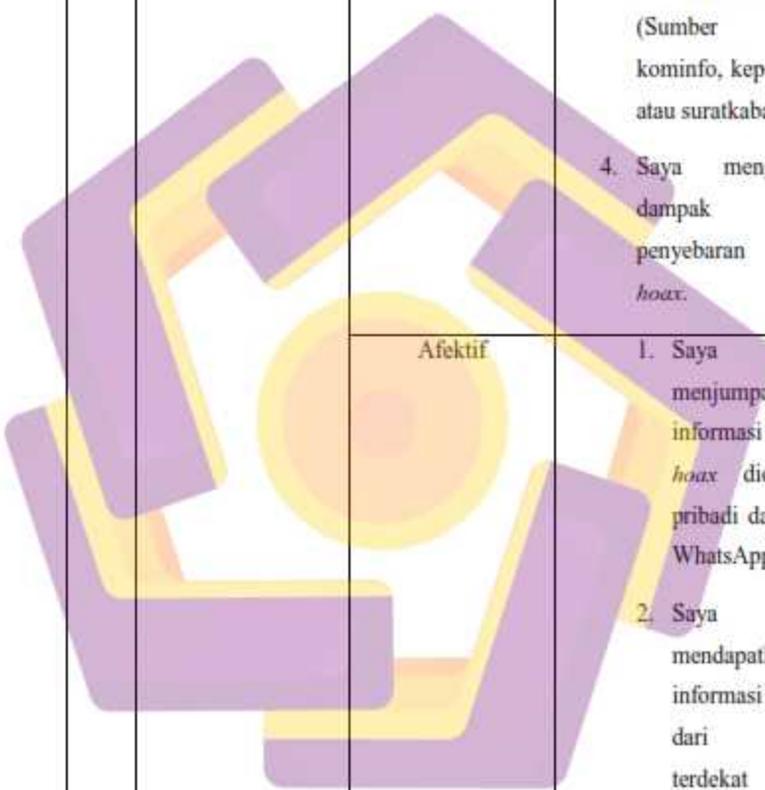


			<p>mengetahui mana yang sesuai dengan kebutuhan saya.</p> <p>2. Ketika mendapatkan informasi di WhatsApp, saya akan mencari tahu siapa yang membuat informasi, untuk memastikan informasinya dapat dipercaya.</p> <p>3. Ketika Saya menemukan informasi yang simpang siur, saya akan menyaringnya terlebih dahulu untuk memastikan informasi yang saya terima dapat dipertanggungjawab</p>
--	--	--	--



			kan,
		<i>Social Competence</i>	<p>1. Ketika Saya mendapatkan Informasi yang penting, saya akan menyebarkan di berbagai media sosial yang saya miliki, dengan menyertakan link sumber informasi tersebut.</p> <p>2. Sebelum menyebarkan informasi di WhatsApp saya akan mengeditnya terlebih dahulu, untuk memastikan informasi yang saya buat sesuai dengan sumber.</p>

			<p>3. Jika ada informasi di WhatsApp yang tidak sesuai dengan kebenarannya, saya akan memberikan kritikan kepada orang yang menyebarkan informasi tersebut.</p> <p>4. Saya sering bergabung di Grup WhatsApp untuk saling bertukar pikiran walaupun dari berbagai macam anggota.</p>
3.	Sikap Tanggap Masyarakat	Kognitif	<p>1. Saya mengetahui pengertian dari <i>Hoax</i>.</p> <p>2. Saya memeriksa keaslian foto dan informasi yang saya terima di</p>



			<p>WhatsApp.</p> <p>3. Saya melihat keaslian sumber informasi yang saya terima di WhatsApp (Sumber dari kominfo, kepolisian, atau suratkabar)</p> <p>4. Saya mengetahui dampak dari penyebaran berita <i>hoax</i>.</p>
		Afektif	<p>1. Saya sering menjumpai informasi berita <i>hoax</i> diobrolan pribadi dan grup WhatsApp.</p> <p>2. Saya sering mendapatkan informasi <i>hoax</i> dari orang terdekat (Keluarga) melalui WhatsApp.</p> <p>3. Saya pernah mendapatkan informasi <i>hoax</i></p>

			<p>dari lingkungan (Pacar, teman, tetangga, dan lainnya) melalui WhatsApp.</p>
		Konatif	<p>1. Saya pernah membagikan informasi berita <i>hoax</i> yang didapatkan di WhatsApp ke beberapa orang atau grup obrolan di WhatsApp baik sengaja maupun tidak sengaja.</p> <p>2. Saya sering melaporkan atau menegur orang yang menyebarkan berita <i>hoax</i> di obrolan pribadi atau grup WhatsApp ketika saya menerimanya.</p>

1.8 Metodologi Penelitian

1.8.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis penelitian kuantitatif, Sugiyono (2019:15) menyatakan bahwa penelitian jenis kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti populasi dan sampel yang telah ditentukan, kemudian mengumpulkan data dengan instrumen penelitian serta dapat menganalisis data secara kuantitatif atau statistik untuk menggambarkan serta menguji hipotesis yang sudah ditentukan.

Jenis penelitian dalam penelitian ini merupakan penelitian eksplanatif yaitu menurut Prasetyo dan Miftahul (2011: 41) penelitian eksplanatif digunakan untuk menemukan penjelasan terkait suatu kejadian atau gejala bisa terjadi yang membuktikan hubungan dipengaruhi mempengaruhi dan sebab akibat.

1.8.2 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling

1.8.2.1 Populasi

Menurut Prasetyo dan Miftahul (2011:115) populasi yaitu meliputi seluruh karakteristik yang dimiliki oleh subyek atau obyek yang terdapat dalam penelitian itu sendiri.

Sedangkan menurut Sugiyono (2019:130) bukan hanya orang saja yang disebut sebagai populasi, namun juga termasuk obyek dan

benda-benda alam lainnya. Sehingga populasi tidak hanya sekedar jumlah yang terdapat di obyek atau subyek yang dipelajari, namun meliputi keseluruhan karakteristik atau sifat yang dimiliki subyek atau obyek itu.

Populasi pada penelitian ini yaitu masyarakat Dusun Sono, Sinduadi, Mlati, Sleman, Yogyakarta. Dengan jumlah penduduknya ± 1.000 penduduk (Sumber : arsip Padukuhan Sono Purwosari). Pemilihan Dusun Sono sebagai sampel karena peneliti ingin mengetahui bagaimana masyarakat di Dusun Sono merespon maupun menanggapi banyaknya terpaan berita *hoax* tentang Covid-19 dengan kemampuan literasi yang mereka miliki.

1.8.2.2 Sampel dan Teknik Sampling

Pada penelitian ini teknik pengambilan sampel yang sesuai adalah *Purposive Sampling*. *Purposive Sampling* yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu yang sesuai dengan tujuan atau masalah penelitian (Sugiyono, 2019:138).

Alasan penggunaan metode *Purposive Sampling* didasari alasan mempertimbangkan sampel data yang dipilih agar memenuhi kriteria untuk diuji. Beberapa kriteria yang harus dipenuhi dalam penentuan sampel penelitian ini yaitu sebagai berikut :

1. Masyarakat pengguna aktif WhatsApp.

2. Pernah membaca atau mendapatkan terpaan berita *hoax* di WhatsApp terkait Covid-19.
3. Berusia ≥ 17 tahun.

Berdasarkan beberapa kriteria diatas maka yang dapat dijadikan responden dari ± 1.000 penduduk adalah 50 responden.

1.8.3 Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini alat pengumpulan data yang digunakan untuk mengumpulkan data yaitu dengan menggunakan metode kuesioner. Peneliti menggunakan jenis kuesioner angket langsung tertutup, yaitu pertanyaan-pertanyaan yang diberikan dalam bentuk pilihan ganda (Siregar, 2017: 21).

Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan beberapa pertanyaan maupun pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab oleh mereka (Sugiyono, 2019:219)..

1.8.4 Teknik Pengolahan Data

1.8.4.1 Editing

Pada tahap ini nantinya informasi yang telah diperoleh melalui kuesioner tersebut akan disunting agar sesuai dengan kriteria yang telah ditetapkan dan akan dilanjutkan ke proses selanjutnya.

1.8.4.2 Coding

Setelah tahap editing atau setelah informasi di sunting dan diteliti kembali, maka selanjutnya informasi tersebut akan diberi tanda sesuai dengan kriteria atau kategori yang sudah ditetapkan.

1.8.4.3 Skoring

Pada tahap ini, peneliti akan memberikan nilai di setiap jawaban yang telah diberikan responden dengan berupa angka yang telah sesuai dengan skala yang ditentukan dalam setiap pertanyaan yang terdapat pada kuesioner.

1.8.4.4 Tabulasi

Kegiatan pengelompokan jawaban dari responden sesuai kategori yang sudah ditetapkan dan disajikan dalam bentuk tabel.

1.8.4.5 Processing

Pada tahap ini yang dilakukan adalah memasukkan data yang berupa angka yang disajikan dalam bentuk tabel pada sebuah program atau *software* yang digunakan.

1.8.4.6 Cleaning

Pada tahap ini dilakukan pengecekan kembali sumber data dari responden yang telah dimasukkan agar tidak ada kesalahan saat mengolah data nantinya.

1.8.5 Teknik Analisis Data

1.8.5.1 Uji Validitas

Menurut Noor (2011:32) uji validitas merupakan indeks untuk melihat alat ukur tersebut benar-benar mengukur apa yang diukur dan mengenai keakurasian instrumen. Pada saat uji validitas dapat dikatakan valid jika instrumen dapat mengukur apa yang harus diukur dengan r hitung $>$ r tabel dengan $n=30$ dengan angka signifikansi 5% yaitu 0,361 atau jika nilai r -hitung lebih besar dari r standar yaitu 0,3 (Rahmawati, 2018:54).

1.8.5.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas merupakan indikator yang dapat menilai *reliable* atau terdapat keandala pada suatu data dengan menghasilkan hasil jawaban yang sama sehingga alat ukur yang digunakan dapat dipercaya atau diandalkan (Arafah, 2015: 47). Menurut Ghozali (2013:48) jika akan mengukur *reliable* sebuah data, maka dapat diuji dengan fasilitas yang mengukur reliabilitas dengan uji statistik yaitu *Cronbach Alpha* pada aplikasi *software Statistical Product and Service Solution (SPSS)*.

Ghozali (2006: 41) menyatakan jika instrument yang terdapat pada suatu variabel dikatakan reliabel apabila nilai dari Cronbach Alpha (α) memiliki nilai sama atau lebih dari 0,6.

Untuk menguji uji reliabilitas, menurut Sugiyono dalam Aditya Nugroho (2013 : 38) dapat dilakukan dengan rumus *Cronbach Alpha* sebagai berikut:

$$r_i = \frac{k}{(k-1)} \left[1 - \frac{\sum s_i^2}{s_t^2} \right]$$

Keterangan:

k : mean kuadrat antara subyek

$\sum s_i^2$: mean kuadrat kesalahan

s_t^2 : varian total

1.8.5.3 Analisis Regresi Sederhana

Regresi sederhana merupakan suatu prosedur untuk mendapatkan hubungan matematis dalam berbentuk suatu persamaan antara variabel tak bebas tunggal dengan variabel bebas tunggal. Regresi linier sederhana analisis hanya ada satu peubah bebas X yang dihubungkan dengan satu peubah tak bebas Y. bentuk-bentuk model umum regresi sederhana menunjukkan antara dua variable, yaitu variable X sebagai variabel bebas dan variable Y sebagai variabel tak bebas adalah:

$$Y = a + bX$$

Dimana:

Y = Variabel dependen (variabel tak bebas) (Sikap Tanggap Masyarakat)

A = Konstanta

b = Parameter koefisien untuk variable X

X = Variabel Independen (Terpapar Berita *Hoax* tentang Covid-19 di WhatsApp atau Tingkat Literasi Media)

