

SKRIPSI

Pengaruh Intensitas Mengakses Berita *Hoax* di Instagram dan di Facebook Terkait Covid-19 terhadap Tingkat Disinformasi Masyarakat

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat dalam Mencapai Gelar Sarjana Strata Satu (S1)



Oleh:

Eirene Widjajanto (17.96.0043)

Dosen Pembimbing:

Wahyu Kristian Natalia, M.I.Kom

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA**

2020

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Pengaruh Intensitas Mengakses Berita *Hoax* di Instagram dan di Facebook Terkait Covid-19 terhadap Tingkat Disinformasi Masyarakat

Diajukan Sebagai salah Satu Syarat dalam Mencapai Gelar Sarjana Strata Satu (S1) pada program Studi Ilmu Komunikasi
Universitas Amikom Yogyakarta

Diajukan oleh:

Eirene Widjajanto

17.96.0043

Menyetujui,
Dosen Pembimbing

Wahyu Kristian Natalia, M.I.Kom

NIK. 190302436

Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

Emha Taufiq Luthfi, S.T.,M.Kom

NIK. 190302125

Erik Hadi Saputra, S.Kom., M.Eng

NIK. 190302107

LEMBAR PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Mahasiswa: Eirene Widjanto

NIM : 17.96.0043

Program Studi : S1 Ilmu Komunikasi

Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Sosial

Universitas : Universitas Amikom Yogyakarta

Menyatakan bahwa skripsi ini merupakan karya ilmiah asli, bukan plagiasi dari karya orang lain. Apabila pernyataan ini tidak benar dan ditemukan plagiasi pada karya lain maka saya bersedia menerima sanksi yang telah ditentukan oleh Universitas.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya untuk dapat dipertanggungjawabkan sepenuhnya.

Yogyakarta, 26 November 2020

Yang Memberikan Pernyataan



Eirene Widjanto

NIM. 17.96.0043

ABSTRAK

Eirene Widjajanto, NIM 17.96.0043, 2017. Pengaruh Intensitas Mengakses Berita Hoax di Instagram dan di Facebook Terkait Covid-19 terhadap Tingkat Disinformasi Masyarakat. Skripsi. Yogyakarta: Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ekonomi dan Sosial, Universitas Amikom Yogyakarta.

Penyebaran berita hoax saat ini marak terjadi, baik hanya untuk viral, pengalihan isu, maupun menjatuhkan seseorang. Berita hoax sering disebar dan diterima dalam bentuk tulisan, gambar, video, dan media sosial. Salah satu layanan media sosial yang terkenal adalah Instagram dan Facebook. Berita hoax sering muncul di internet dan media seperti Instagram dan Facebook. Intensitas mengakses berita hoax Covid-19 di media sosial pada tahun 2020 dapat berpengaruh pada tingkat disinformasi masyarakat Jogja. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh berita hoax di Instagram dan di Facebook terkait Covid-19 terhadap tingkat disinformasi masyarakat. Jenis penelitian ini menggunakan survey. Teori yang digunakan adalah Teori Uses and Effect. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan adalah statistic deskriptif, analisis regresi linier sederhana, dan analisis linier berganda. Teknik pengambilan sampel menggunakan Probability Sampling.

Berdasarkan hasil analisis data yang dilakukan, hasil nilai t hitung 6,307 dan -0,842 dengan signifikansi $0,000 < 0,05$ dan $0,402 > 0,05$. Artinya terdapat pengaruh positif antara intensitas mengakses berita hoax di Instagram terhadap tingkat disinformasi masyarakat dan tidak berpengaruh antara intensitas mengakses berita hoax di Facebook terhadap tingkat disinformasi masyarakat. Besar koefisien determinasi yaitu 0.295 yang artinya intensitas mengakses berita hoax di Instagram dan di Facebook terkait Covid-19 memberikan kontribusi pengaruh terhadap tingkat disinformasi masyarakat sebesar 29,5%, dan sisanya 70,5% dipengaruhi oleh variabel diluar intensitas mengakses.

Kata Kunci: Intensitas, Instagram, Facebook, Disinformasi Masyarakat

ABSTRACT

Eirene Widjajanto, NIM 17.96.0043, 2017. The Effect of The Intensity of Accessing News Hoax Instagram and Facebook Related Covid- 19 The Level of Disinformation Public. Thesis. Yogyakarta: Communication Science Study Program, Faculty of Economics and Social, University of Amikom Yogyakarta.

The spread of hoax news is currently rife, both only for viral, diversifying issues, or bringing someone down. Hoax news is often distributed and received in the form of writing, pictures, videos, and social media. One of the well-known social media services is Instagram and Facebook. Hoax news often appears on the internet and media such as Instagram and Facebook. Intensity of accessing news hoax related Covid- 19 on social media in 2020 can effect the level of disinformation public. The study aims to determine the effect of the intensity of accessing news hoax Instagram and Facebook related Covid- 19 the level of disinformation public. This type of research is a survey. The theory used is the Uses and Effect Theory. The data collection technique used a questionnaire. The data analysis technique used is descriptive statistics, simple linier regression analysis, and multiple linier regression analysis, and multiple linier regression analysis. The sampling technique used in this research was Probability Sampling.

Based on the results of the data analysis carried out, the t values 1.850 and -0,842 were obtained with a significance of $0,000 < 0,05$ and $0,402 > 0,05$. This means that there is a positive influence between the intensity of accessing news hoax Instagram related Covid- 19 the level of disinformation public and not positive influence between the intensity of accessing news hoax Facebook related Covid- 19 the level of disinformation public . While the coefficient of determination is 0.098, wich means that the the intensity of accessing news hoax Instagram and Facebook related Covid- 19 level contributes to the level of disinformation public by 9,8% while the remaining 90,2% is influenced by variables outside of intensity access.

Keyword: Intensity, Instagram, Facebook, Disinformation Public

KATA PENGANTAR

Puji syukur, Alhamdulillah atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karuniaNya kepada kita semua sehingga kami dapat menyelesaikan skripsi yang diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program strara satu (S1) di program studi Ilmu Komunikasi Universitas Amikom Yogyakarta.

Adapun penyusunan skripsi ini digunakan sebagai bukti bahwa penyusun telah melaksanakan dan menyelesaikan penelitian Skripsi. Dalam proses penyusunan laporan ini penyusun mendapatkan banyak bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu kami mengucapkan terima kasih kepada:

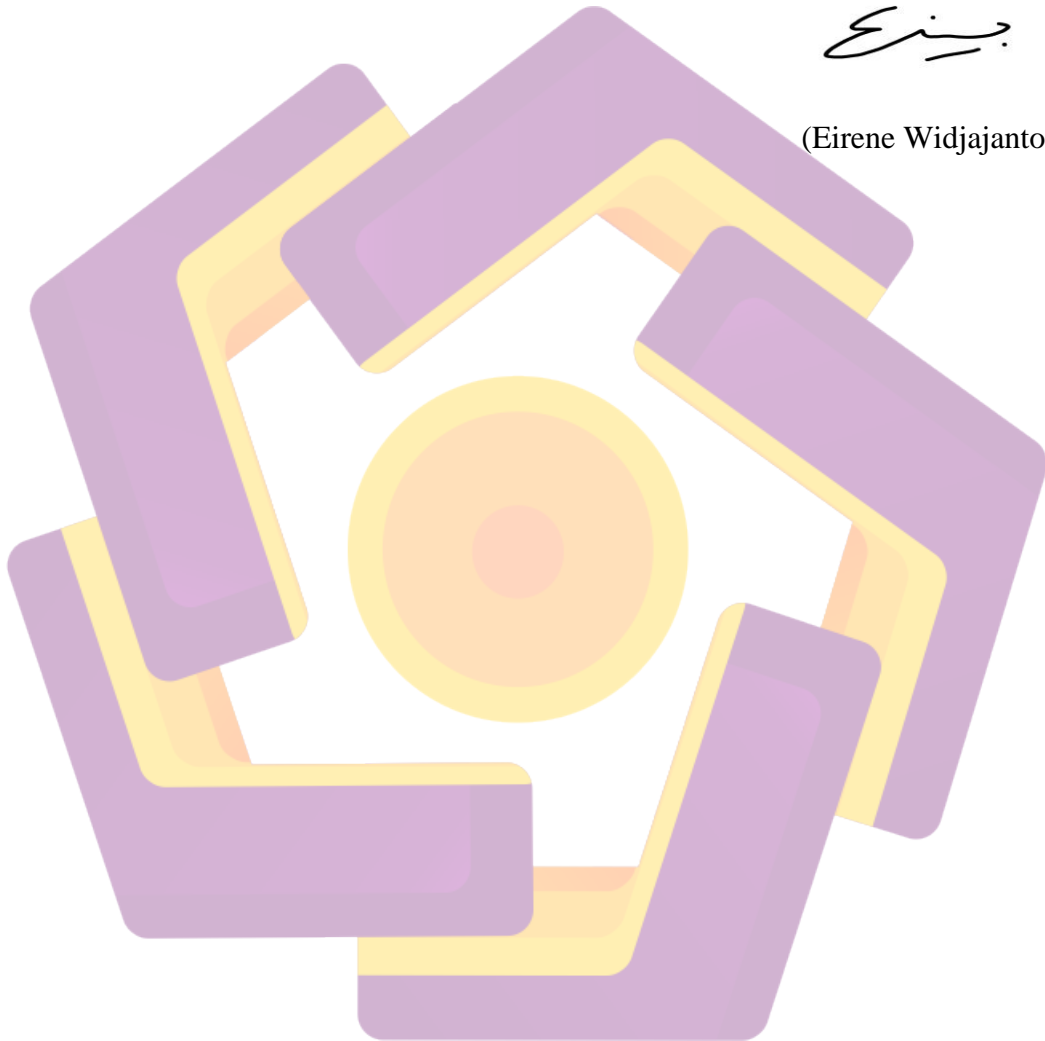
1. Prof. Dr. M. Suyanto, M.M. selaku Rektor Universitas Amikom Yogyakarta.
2. Emha Taufiq Luthfi, S.T.,M.Kom. selaku Dekan Falkutas Ekonomi dan Sosial Universitas Amikom Yogyakarta.
3. Erik Hadi Saputra, S.Kom., M.Eng, selaku Ketua Program Studi S1 Ilmu Komunikasi Universitas Amikom Yogyakarta.
4. Ibu Wahyu Kristian Natalia, M.I.Kom, selaku Dosen Pembimbing Skripsi. Yang telah memberikan bimbingan dan saran kepada penulis sejak awal sampai selesainya penulisan skripsi ini.
5. Ayah Budiono Widjajanto dan Ibu Agustinah Santoso, selaku orang tua yang tiada hentinya selalu memberi dukungan, motivasi dan doa kepada penulis dalam menjalankan skripsi ini.
6. Rosalinda Widjajanto dan Raymond S.W, selaku kakak yang selalu memberikan dukungan, masukan dan doa kepada penulis.
7. Sahabat saya, Elafara, Bella, Jenni yang selalu memberikan dukungan kepada penulis.

8. Semua teman-teman dan berbagai pihak yang telah membantu dan memberikan semangat kepada penulis dalam penyusunan skripsi ini.

Yogyakarta, 26 November 2020



(Eirene Widjajanto)



DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	12
1.3 Tujuan Penelitian	12
1.4 Manfaat Penelitian	13
1.5 Kerangka Pemikiran Teoritis	13
1.5.1 Paradigma Penelitian	13
1.5.2 State of The Art	14
1.5.3 Theory Uses and Effect	16
1.5.4 Tinjauan Intensitas Mengakses.....	17
1.5.5 Tinjauan Tentang Intensitas Mengakses Instagram.....	17
1.5.6 Tinjauan Tentang Intensitas Mengakses Facebook.....	18
1.5.7 Tinjauan Tingkat Disinformasi Masyarakat	18
1.5.8 Deskripsi Geometri antar Variabel	19
1.5.9 Hipotesis	19
1.5.10 Definisi Konseptual	20
1.5.10.1 Intensitas Mengakses Instagram.....	20
1.5.10.2 Intensitas Mengakses Facebook	20
1.5.10.3 Tingkat Disinformasi Masyarakat	20
1.5.11 Definisi Operasional	20

1.5.12 Metode Penelitian	21
1.5.12.1 Tipe Penelitian	21
1.5.12.2 Populasi Penelitian	22
1.5.12.3 Sampel Penelitian	22
1.5.12.4 Teknik Pengambilan Sampel	22
1.5.12.5 Jenis dan Sumber Data	22
1.5.12.6 Skala Pengukuran	23
1.5.12.7 Teknik Pengumpulan Data	23
1.5.12.8 Instrumen Penelitian	24
1.5.12.9 Tahap Pengolahan Data	24
1.5.12.10 Teknik Analisis Data	24
BAB 2 GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN.....	27
2.1 Profil Umum Instagram	27
2.2 Profil Umum Facebook	28
2.3 Profil Umum Masyarakat Jogja	29
2.4 Gambaran Berita Hoax	29
BAB 3 HASIL DAN PEMBAHASAN.....	31
3.1 Temuan Penelitian.....	31
3.1.1 Deskripsi Usia Responden	31
3.1.2 Deskripsi Jenis Kelamin Responden	32
3.1.3 Deskripsi Pekerjaan Responden	32
3.1.4 Jawaban Responden Terhadap Setiap Indikator Dari Variabel	33
3.1.5 Variabel Intensitas Mengakses Berita Hoax di Instagram (X1)	33
3.1.5.1 Kategorisasi Variabel Intensitas Mengakses Berita <i>Hoax</i> di Instagram Terkait Covid-19	38
3.1.6 Variabel Intensitas Mengakses Berita Hoax di Facebook (X2).....	40
3.1.6.1 Kategorisasi Variabel Intensitas Mengakses Berita <i>Hoax</i> di Facebook Terkait Covid-19	43
3.1.7 Variabel Tingkat Disinformasi Masyarakat (Y)	44
3.1.7.1 Kategorisasi Variabel Tingkat Disinformasi Masyarakat	50

3.1.8 Uji Validitas Variabel Penelitian	51
3.1.9 Uji Reliabilitas Variabel Penelitian	52
3.1.10 Uji Linieritas	53
3.1.11 Uji Asumsi Klasik	55
3.1.11.1 Uji Normalitas	55
3.1.11.2 Uji Autokorelasi	56
3.1.11.3 Uji Multikolinieritas	57
3.1.11.4 Uji Heteroskedastisitas	57
3.1.12 Pengujian Hipotesis	58
3.1.12.1 Uji Hipotesis X1 terhadap Y	59
3.1.12.2 Uji Hipotesis X2 terhadap Y	61
3.1.12.3 Uji Hipotesis X1, X2 terhadap Y	63
3.1.13 Uji F (Test)	65
3.1.14 Uji T (Test)	66
3.1.15 Koefisien Determinasi (R^2).....	67
3.2 Pembahasan	68
3.2.1 Pembahasan Hipotesis	68
3.2.2 Pembahasan Akademis	69
3.2.3 Pembahasan Praktik	70
3.2.4 Pembahasan Sosial	70
BAB IV PENUTUP	71
4.1 Kesimpulan	71
4.2 Saran.....	72
DAFTAR PUSTAKA.....	73
LAMPIRAN.....	78

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Informasi Platforms Media Sosia.....	3
Gambar 1.2 Informasi Waktu Penggunaan Media Sosial.....	3
Gambar 1.3 Usia Pengguna Instagram.....	4
Gambar 1.4 Pengguna Facebook di Indonesia.....	5
Gambar 1.5 Menyebarakan Berita <i>Hoax</i> Kategori Usia.....	6
Gambar 1.6 Menyebarakan Berita <i>Hoax</i> Kategori Jenis Kelamin.....	7
Gambar 1.7 Contoh Berita <i>Hoax</i>	8
Gambar 1.8 Contoh Berita <i>Hoax</i>	8
Gambar 1.9 Contoh Berita <i>Hoax</i> di Facebook.....	9
Gambar 1.10 Informasi jumlah berita <i>hoax</i>	9
Gambar 1.11 Kerangka Pemikiran.....	19
Gambar 2.1 Logo Instagram.....	27
Gambar 2.2 Logo Facebook.....	28
Gambar 2.3 Berita <i>Hoax</i> di Facebook.....	28
Gambar 2.4 Jumlah Penduduk D.I. Yogyakarta.....	29
Gambar 2.5 Data <i>Hoax</i> Terkait Covid-19.....	30
Gambar 3.1 Diagram Usia Responden.....	31
Gambar 3.2 Diagram Jenis Kelamin Responden.....	32
Gambar 3.3 Diagram Pekerjaan Responden.....	32
Gambar 3.4 Dimensi Perhatian (Isi Berita).....	34
Gambar 3.5 Dimensi Perhatian (Kualitas Berita).....	34
Gambar 3.6 Dimensi Durasi (Lama Berita).....	35
Gambar 3.7 Dimensi Frekuensi (Manfaat Menginformasikan Berita).....	36
Gambar 3.8 Kategorisasi Variabel (X1).....	39
Gambar 3.9 Dimensi Pengikut (Mengikuti Berita).....	40
Gambar 3.10 Dimensi <i>Share</i> (Berbagi Informasi Berita).....	41
Gambar 3.11 Kategorisasi Variabel (X2).....	44
Gambar 3.12 Dimensi Informasi (Pemberian Informasi Berita).....	45
Gambar 3.13 Dimensi Arsip (Menyimpan Berita).....	45

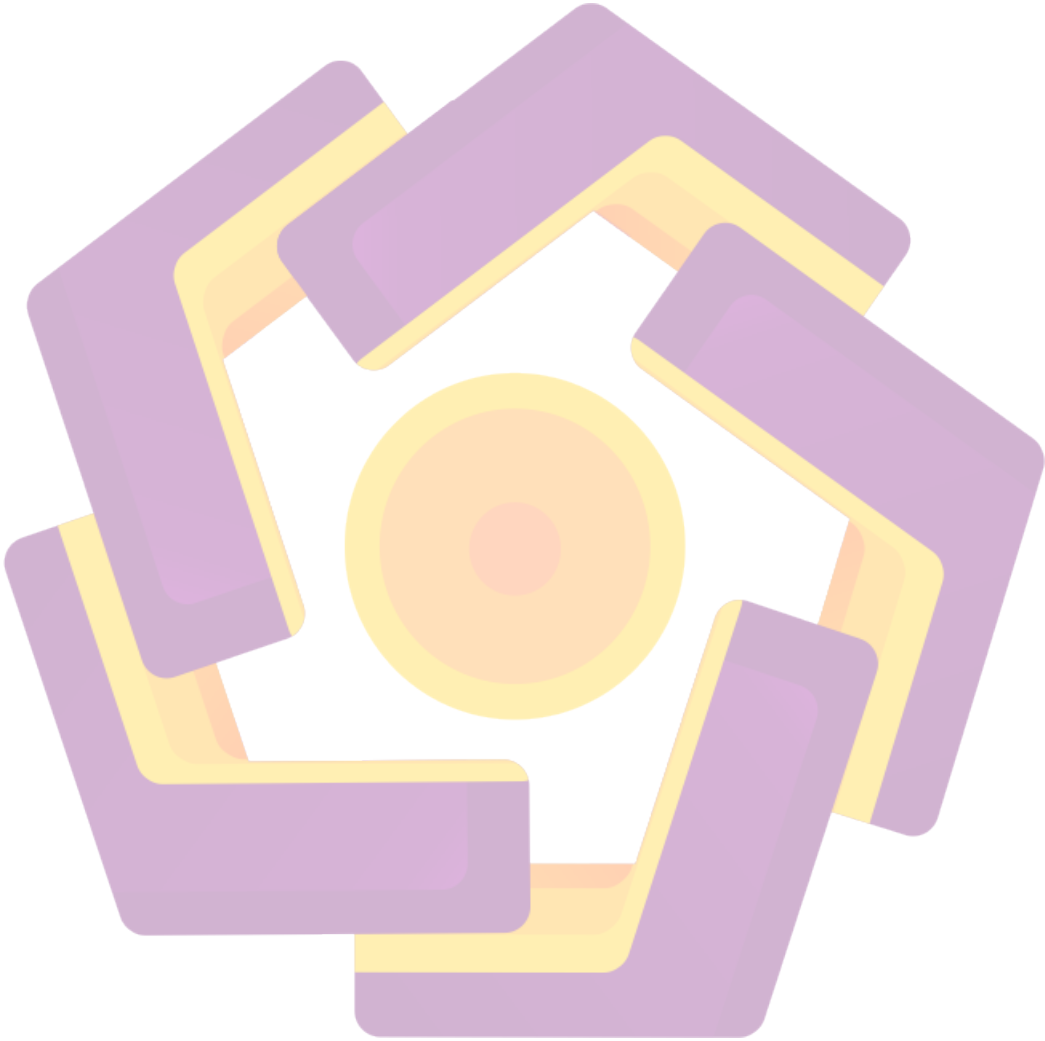
Gambar 3.14 Dimensi Simulasi Sosial (Membedakan Berita)46
Gambar 3.15 Dimensi Penyebaran (Penyebaran Berita)47
Gambar 3.16 Kategorisasi Variabel (Y)51



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Daftar <i>State of The Art</i>	15
Tabel 1.2 Daftar Definisi Operasional	20
Tabel 1.3 Pengukuran Skala Likert	23
Tabel 3.1 Nilai Jawaban Perhatian Dimensi Perhatian	36
Tabel 3.2 Nilai Jawaban Perhatian Dimensi Durasi	37
Tabel 3.3 Nilai Jawaban Perhatian Dimensi Frekuensi	38
Tabel 3.4 Nilai Jawaban Perhatian Dimensi Pengikut	41
Tabel 3.5 Nilai Jawaban Perhatian Dimensi <i>Share</i>	42
Tabel 3.6 Nilai Jawaban Perhatian Dimensi Informasi	47
Tabel 3.7 Nilai Jawaban Perhatian Dimensi Arsip	48
Tabel 3.8 Nilai Jawaban Perhatian Dimensi Simulasi Sosial	49
Tabel 3.9 Nilai Jawaban Perhatian Dimensi Penyebaran	49
Tabel 3.10 Hasil Uji Validitas Variabel Penelitian	52
Tabel 3.11 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Penelitian	53
Tabel 3.12 Hasil Uji Linieritas (X1)	54
Tabel 3.13 Hasil Uji Linieritas (X2)	54
Tabel 3.14 Hasil Uji Normalitas	55
Tabel 3.15 Hasil Uji Autokorelasi	56
Tabel 3.16 Dasar Penentuan Jawaban	56
Tabel 3.17 Hasil Uji Multikolinieritas	57
Tabel 3.18 Hasil Uji Heteroskedastisitas	58
Tabel 3.19 Hasil Uji Korelasi X1 Terhadap Y	59
Tabel 3.20 Hasil Uji Regresi X1 Terhadap Y	60
Tabel 3.21 Hasil Uji Korelasi X2 Terhadap Y	61
Tabel 3.22 Hasil Uji Regresi X2 Terhadap Y	61
Tabel 3.23 Hasil Uji Korelasi X1 dan X2 Terhadap Y	63
Tabel 3.24 Hasil Uji Regresi X1 dan X2 Terhadap Y	64
Tabel 3.25 Hasil Uji F (Test)	65
Tabel 3.26 Hasil Uji T (Test)	66

Tabel 3.27 Hasil Uji Koefisien Determinasi X167
Tabel 3.28 Hasil Uji Koefisien Determinasi X267
Tabel 3.29 Hasil Uji Koefisien Determinasi X1 dan X2 terhadap Y68



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran Kuesioner Penelitian.....	79
Lampiran Pengujian Data.....	82
Lampiran Format Lembar Penilaian.....	93

