

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan mendasar dalam cara manusia berkomunikasi dan berinteraksi. Saat ini, pola komunikasi masyarakat di seluruh dunia beralih dari model konvensional ke sistem yang berlangsung secara instan. Internet telah berkembang menjadi ruang sosial baru yang memungkinkan arus informasi mengalir dengan cepat tanpa batas geografis. Ini menciptakan dunia yang saling terhubung seperti yang digambarkan oleh Marshall McLuhan dalam konsep *global village*, yaitu ketika jarak fisik tidak lagi menjadi hambatan dalam pertukaran ide dan budaya (McLuhan, 1964). Di era pascapandemi, di mana aktivitas sosial, ekonomi, dan politik sangat bergantung pada platform digital, perspektif ini semakin relevan.

Laporan yang dikeluarkan oleh International Telecommunication Union (ITU) pada tahun 2023 menunjukkan bahwa jumlah pengguna internet di seluruh dunia telah mencapai 5,4 miliar orang, atau sekitar 67% dari populasi global. Negara-negara berkembang, termasuk Indonesia, menunjukkan peningkatan signifikan dalam penetrasi internet mereka pada tahun 2023, mencapai 77% (ITU, 2023). Ketersediaan perangkat *mobile* dan jaringan 4G/5G yang semakin meluas mendorong pertumbuhan ini. Ini memungkinkan orang dari berbagai lapisan masyarakat untuk bergabung dalam ekosistem *digital global*.

Bekembangnya teknologi ini, semakin banyak platform media sosial yang dapat digunakan untuk berkomunikasi dan menciptakan identitas sosial serta opini publik. Dengan menyediakan fitur interaktif seperti *stories*, *reels*, dan *live streaming*, situs web populer seperti Instagram, TikTok, dan X memungkinkan pengguna berbagi konten visual, memperoleh informasi terkini, dan membentuk persepsi terhadap masalah melalui sistem algoritmik yang bersifat personal (boyd & Ellison, 2007).

Terlepas dari fakta bahwa fitur-fitur ini meningkatkan dinamika sosial dan mempercepat penyebaran informasi, mereka juga meningkatkan kemungkinan penyebaran informasi yang tidak benar atau hoaks. Sekarang ini, informasi palsu sering dikemas dengan cara yang menarik, seperti meme atau video pendek, yang dapat menarik perhatian emosional pengguna dan membuatnya tersebar lebih cepat daripada informasi yang sebenarnya (Vosoughi et al., 2018).

Di Indonesia, peningkatan penggunaan media sosial berlangsung sangat pesat seiring kemajuan infrastruktur digital dan turunnya harga paket data. Menurut laporan We Are Social dan Meltwater (2024), terdapat 192 juta pengguna aktif media sosial di Indonesia, dan 103 juta di antaranya menggunakan Instagram sebagai platform utama. Waktu rata-rata penggunaan media sosial mencapai 3 jam 18 menit per hari menjadikan Indonesia sebagai pengguna tertinggi kedua di dunia setelah Brasil. Kelompok usia 18-24 tahun, yang sebagian besar merupakan mahasiswa, mendominasi pengguna Instagram hingga 60% dari total pengguna. Platform ini banyak dimanfaatkan untuk mencari berita singkat, berinteraksi sosial, dan membangun citra diri melalui konten visual seperti *reels* atau *stories* (Kemp,

2024). Namun, sifat informasinya yang cepat dan kurangnya mekanisme verifikasi membuat Instagram juga menjadi medium penyebaran hoaks yang sangat efektif.

Tingginya penggunaan Instagram beriringan dengan meningkatnya kasus penyebaran hoaks di Indonesia. Berdasarkan data Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo), pada tahun 2023 tercatat sebanyak 12.553 konten hoaks yang berhasil diidentifikasi dan ditangani, dengan peningkatan sekitar 25% dari tahun sebelumnya, terutama menjelang Pemilu 2024 (Kominfo, 2023). Sebagian besar hoaks tersebut menyebar melalui platform seperti Instagram dan WhatsApp, dengan topik yang mencakup isu politik, sosial, kesehatan, dan agama.

Konten palsu umumnya dikemas secara provokatif dan emosional misalnya melalui infografis palsu atau testimoni fiktif sehingga mudah memicu reaksi publik (Setiyono & Pratiwi, 2022). Penyebaran semacam ini tidak hanya menyesatkan masyarakat, tetapi juga berpotensi menimbulkan konflik sosial, seperti yang terjadi pada kasus penyebaran isu SARA (Suku, Agama, Ras, dan Antargolongan) yang memicu aksi demonstrasi pada tahun 2023 (Nugroho, 2023). Dalam konteks jurnalistik, fenomena ini mengancam kredibilitas profesi, terlebih karena mahasiswa jurnalistik berperan ganda sebagai konsumen sekaligus produsen informasi di media sosial.

Tingkat literasi digital yang rendah di masyarakat Indonesia, masalah ini semakin rumit. Menurut Indeks Masyarakat Digital Indonesia (IMDI) 2024, skor rata-rata negara hanya 43,34 dari 100, dengan aspek "Keterampilan Digital" mendapat skor 58,25. Data menunjukkan bahwa etika digital, verifikasi, dan analisis masih menjadi masalah besar (Kementerian Kominfo & Badan Pusat

Statistik, 2024). Selain itu, survei Katadata (2024) menemukan bahwa hanya 33% orang berusia 16 hingga 24 tahun yang sangat mahir menggunakan teknologi. Namun, sebagian besar orang masih kesulitan memverifikasi informasi dengan alat seperti *Google Fact Check* atau situs Mafindo (Katadata Insight Center, 2024). Meskipun generasi muda dianggap sebagai *digital natives*, mereka masih kurang dalam berpikir kritis tentang informasi digital, terutama dalam mengidentifikasi *deepfake* dan bias algoritmik.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Juliyanto & Afrianti (2024), ditemukan bahwa literasi media digital sangat penting untuk mengurangi kemungkinan siswa menyebarkan berita palsu. Selain itu, penelitian Yuliani (2022) menemukan bahwa literasi digital siswa berbanding dengan kemampuan mereka untuk menolak informasi yang tidak dapat diandalkan. Bahkan Haliq, Yusriadi, dan Rahman (2023) menyatakan bahwa siswa yang memahami banyak media memiliki kemampuan yang lebih besar untuk menganalisis dan mengevaluasi berita palsu secara kritis.

Kondisi ini menjadi perhatian utama bagi mahasiswa Jurnalistik yang merupakan calon jurnalis profesional. Literasi media seharusnya menjadi fondasi utama bagi mereka dalam menilai kebenaran, kredibilitas, serta etika informasi sesuai dengan Kode Etik Jurnalistik Indonesia yang menekankan pentingnya verifikasi fakta (Dewan Pers, 2016). Namun, hasil observasi awal terhadap mahasiswa Jurnalistik UIN Sunan Gunung Djati Bandung menunjukkan bahwa kemampuan tersebut belum maksimal. Berdasarkan penelitian-penelitian

terdahulu, dapat dirumuskan bahwa semakin tinggi literasi media mahasiswa, semakin baik pula kemampuan mereka dalam mengidentifikasi hoaks di Instagram.

Berdasarkan observasi awal yang peneliti lakukan terhadap mahasiswa Jurnalistik UIN Sunan Gunung Djati Bandung, ditemukan fenomena yang cukup kontradiktif dengan kompetensi dasar yang seharusnya melekat pada mahasiswa di bidang ilmu jurnalistik. Secara ideal, mahasiswa Jurnalistik memiliki pemahaman yang lebih baik terkait proses verifikasi informasi, literasi media, serta etika dalam mengonsumsi dan menyebarkan berita. Hal ini mengingat mereka terbiasa mempelajari teknik peliputan, pengecekan fakta, serta analisis kritis terhadap pesan media.

Temuan awal menunjukkan bahwa sebagian mahasiswa justru masih mengalami kesulitan dalam membedakan informasi valid dan hoaks, terutama yang beredar di media sosial Instagram. Beberapa mahasiswa masih cenderung mempercayai konten viral tanpa melalui proses verifikasi sumber, menerima informasi hanya berdasarkan *caption* atau visual, serta jarang melakukan *cross-check* berita melalui portal terpercaya. Dalam beberapa diskusi informal, peneliti mendapati bahwa mahasiswa seringkali terjebak pada bias konfirmasi yaitu hanya menerima informasi yang sesuai dengan opini pribadi sehingga meningkatkan peluang untuk salah dalam menilai kebenaran suatu informasi.

Fenomena tersebut menunjukkan bahwa kemampuan literasi media mahasiswa Jurnalistik belum sepenuhnya optimal. Meskipun mereka mempelajari teori dan praktik jurnalistik, keterampilan praktis untuk mendeteksi hoaks dalam kehidupan digital sehari-hari ternyata masih minim. Kondisi ini tentu menjadi

indikasi penting bahwa literasi media tidak hanya ditentukan oleh latar belakang akademik, tetapi juga oleh kebiasaan, tingkat kepekaan kritis, serta kemampuan kognitif dalam menyaring arus informasi yang sangat cepat.

Urgensi penelitian ini terlihat dari adanya kesenjangan antara pengetahuan mahasiswa dan kemampuan mereka dalam mempraktikkan literasi media secara nyata. Observasi awal menunjukkan bahwa kemampuan mendeteksi hoaks masih perlu diperkuat, meskipun mereka berada dalam lingkungan akademik yang berfokus pada keakuratan informasi. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran empiris mengenai pengaruh antara tingkat literasi media dan kemampuan mahasiswa dalam mengidentifikasi hoaks di Instagram. Hasil penelitian juga berpotensi menjadi dasar bagi institusi pendidikan untuk mengevaluasi dan meningkatkan strategi pembelajaran literasi media agar lebih relevan dengan kebutuhan era digital saat ini.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dipaparkan sebelumnya, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh tingkat literasi media terhadap kemampuan mengidentifikasi informasi hoaks di Instagram pada mahasiswa Jurnalistik Angkatan 2022 UIN Sunan Gunung Djati Bandung. Oleh karena itu, pertanyaan penelitian yang diajukan dalam penelitian ini adalah: “Seberapa besar pengaruh tingkat literasi media terhadap kemampuan mengidentifikasi informasi hoaks di Instagram pada mahasiswa Jurnalistik Angkatan 2022 UIN Sunan Gunung Djati Bandung?”

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah dan rumusan masalah yang telah peneliti jelaskan, maka tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui seberapa besar pengaruh antara tingkat literasi media terhadap kemampuan mengidentifikasi berita hoaks.

1.4 Kegunaan Penelitian

1) Secara Akademik

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang berarti bagi pengembangan ilmu Jurnalistik, terutama dalam ranah kajian komunikasi digital, dan perilaku bermedia. Temuan penelitian tidak hanya menambah khazanah teoretis, tetapi juga memperkaya data empiris mengenai sejauh mana literasi media berperan dalam membentuk kemampuan individu untuk menyaring, memverifikasi, serta mengevaluasi informasi yang beredar melalui media sosial. Penelitian ini dapat menjadi pijakan bagi studi-studi lanjutan yang menyoroti peran literasi media dalam menghadapi arus informasi digital yang semakin kompleks.

2) Secara Praktis

Hasil penelitian ini dapat dimanfaatkan oleh fakultas dan jurusan Ilmu Komunikasi sebagai bahan evaluasi dalam membina mahasiswa agar menjadi komunikator yang tidak hanya kompeten secara teknis, tetapi juga etis dan bertanggung jawab dalam menyikapi informasi. Selain itu, organisasi non-pemerintah yang bergerak di bidang edukasi digital dapat menggunakan hasil

penelitian ini sebagai strategi peningkatan kesadaran literasi media di kalangan pemuda kampus.

1.5 Kerangka Pemikiran

Fenomena maraknya penyebaran informasi hoaks di media sosial menjadi persoalan serius dalam kehidupan masyarakat digital saat ini. Media sosial, khususnya Instagram, tidak hanya berfungsi sebagai sarana hiburan dan interaksi sosial, tetapi juga sebagai sumber utama informasi bagi sebagian besar masyarakat, termasuk mahasiswa. Tingginya intensitas penggunaan Instagram membuat pengguna kerap terpapar berbagai jenis informasi, baik yang bersifat faktual maupun yang mengandung unsur hoaks.

Mahasiswa sebagai kelompok terdidik sering kali diasumsikan memiliki kemampuan berpikir kritis yang baik. Namun, pada kenyataannya, tidak semua mahasiswa mampu memilah dan memverifikasi informasi yang diterima dari media sosial. Informasi yang disajikan secara visual menarik, dibingkai secara persuasif, serta didukung oleh media sosial dapat dengan mudah memengaruhi cara pandang pengguna terhadap suatu isu, tanpa terlebih dahulu melalui proses pengecekan kebenaran informasi.

Dalam konteks tersebut, literasi media menjadi aspek penting yang perlu diperhatikan. Literasi media tidak hanya berkaitan dengan kemampuan mengakses informasi, tetapi juga mencakup kemampuan memahami, mengevaluasi, dan mengomunikasikan informasi secara kritis dan bertanggung jawab. Rendahnya

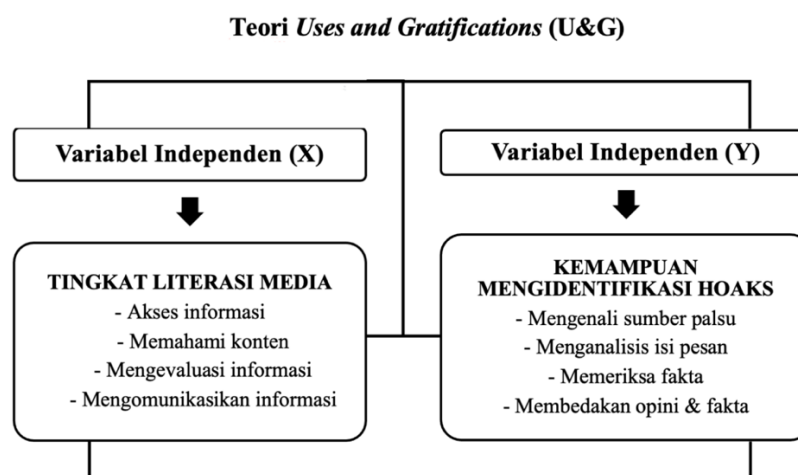
tingkat literasi media berpotensi membuat individu lebih rentan terhadap informasi menyesatkan, termasuk hoaks yang beredar luas di media sosial.

Berdasarkan permasalahan tersebut, penelitian ini menggunakan Teori *Uses and Gratifications* sebagai landasan untuk memahami bagaimana mahasiswa sebagai pengguna aktif media sosial memanfaatkan Instagram dalam memenuhi kebutuhan informasinya. Teori ini memandang khalayak sebagai pihak yang aktif dan selektif dalam menggunakan media, sehingga dampak media sangat bergantung pada cara individu menggunakan dan memaknai media tersebut (Blumler & Katz, 1974). Oleh karena itu, penelitian ini memfokuskan perhatian pada pengaruh antara tingkat literasi media dengan kemampuan mahasiswa dalam mengidentifikasi informasi hoaks, yang kemudian digambarkan dalam kerangka pemikiran penelitian.

Tingkat literasi media ditempatkan sebagai variabel independen (X) yang mencakup kemampuan mengakses informasi, memahami isi pesan, mengevaluasi kebenaran informasi, serta mengomunikasikan informasi secara bijak Potter, W. James (2004). Keempat aspek tersebut mencerminkan sejauh mana individu mampu bersikap kritis terhadap informasi yang diperolehnya melalui media sosial.

Sementara itu, kemampuan mengidentifikasi hoaks diposisikan sebagai variabel dependen (Y), yang diukur melalui kemampuan mengenali sumber informasi palsu, menganalisis isi pesan, memeriksa fakta, serta membedakan antara fakta dan opini Wardle & Derakhshan (2017). Kemampuan ini menjadi indikator penting dalam menilai kesiapan mahasiswa dalam menghadapi arus informasi digital yang tidak selalu dapat dipertanggungjawabkan kebenarannya.

“Pengaruh Tingkat Literasi Media Mahasiswa Jurnalistik Terhadap Kemampuan Mengidentifikasi Informasi Hoaks Di Instagram”



Gambar 1.1 Kerangka Berpikir

“Tingkat literasi media yang lebih tinggi akan meningkatkan kemampuan mahasiswa dalam mengidentifikasi hoaks di Instagram.”

Kerangka pemikiran ini mengasumsikan bahwa tingkat literasi media yang dimiliki mahasiswa akan memengaruhi kemampuan mereka dalam mengidentifikasi informasi hoaks di media sosial Instagram. Semakin baik kemampuan mahasiswa dalam mengakses, memahami, dan mengevaluasi informasi, maka semakin besar pula kemampuannya untuk mengenali dan menolak informasi hoaks. Hal ini sejalan dengan Teori *Uses and Gratifications* yang menekankan peran aktif individu dalam penggunaan media, di mana pengguna yang memiliki kesadaran dan tujuan jelas dalam mengonsumsi media cenderung lebih selektif dan kritis terhadap informasi yang diterimanya.

Kerangka pemikiran ini menjadi dasar konseptual bagi penelitian dalam menganalisis pengaruh tingkat literasi media terhadap kemampuan mengidentifikasi hoaks pada mahasiswa sebagai pengguna aktif media sosial Instagram.

1.6 Hipotesis

Hipotesis dalam penelitian ini dirumuskan sebagai dugaan sementara mengenai pengaruh antara variabel independen dan variabel dependen, yang disusun berdasarkan landasan teori, hasil penelitian terdahulu, serta penalaran ilmiah. Hipotesis ini selanjutnya akan diuji secara empiris melalui proses pengumpulan dan analisis data.

H₁: Terdapat pengaruh yang signifikan antara tingkat literasi media mahasiswa Jurnalistik terhadap kemampuan mengidentifikasi informasi hoaks di platform media sosial Instagram.

Pengujian hipotesis dilakukan dengan menggunakan analisis regresi linier sederhana untuk mengetahui sejauh mana tingkat literasi media memengaruhi kemampuan mahasiswa dalam mengenali, menilai, dan mengevaluasi kebenaran informasi yang beredar di Instagram.

1.7 Operasional Variabel

Dalam penelitian ini, variabel yang digunakan terdiri dari variabel independen (X) yaitu literasi media dan variabel dependen (Y) yaitu kemampuan mengidentifikasi informasi hoaks. Literasi media dalam penelitian ini mengacu

pada konsep yang dikemukakan oleh W. James Potter (2013), yang menekankan bahwa literasi media tidak hanya mencakup kemampuan dalam mengakses informasi, tetapi juga memahami, menganalisis, serta mengevaluasi pesan media secara kritis.

Berdasarkan konsep tersebut, literasi media dioperasionalkan ke dalam beberapa indikator, yaitu kemampuan mengakses informasi, pemahaman terhadap pesan media, evaluasi terhadap kebenaran informasi, serta kemampuan dalam menyikapi dan menyebarkan informasi secara bertanggung jawab. Indikator-indikator ini digunakan untuk mengukur sejauh mana tingkat literasi media yang dimiliki oleh responden dalam konteks penggunaan media sosial Instagram.

Sementara itu, variabel kemampuan mengidentifikasi informasi hoaks dalam penelitian ini merupakan hasil adaptasi dari konsep identifikasi misinformasi yang dikemukakan oleh Claire Wardle (2017), yang menekankan pentingnya kemampuan individu dalam mengenali, menganalisis, dan memverifikasi informasi yang beredar di media digital. Konsep ini kemudian disesuaikan dengan pendekatan literasi media untuk memperoleh indikator yang relevan dengan tujuan penelitian.

Adapun indikator yang digunakan untuk mengukur kemampuan mengidentifikasi hoaks meliputi kemampuan dalam mengenali sumber informasi, menganalisis isi konten, melakukan verifikasi fakta, serta membedakan antara informasi yang bersifat fakta dan opini. Indikator tersebut digunakan untuk mengetahui sejauh mana responden mampu menyaring dan mengevaluasi informasi yang berpotensi mengandung unsur hoaks. Rincian mengenai dimensi, indikator, dan skala pengukuran dari variabel penelitian ini disajikan dalam tabel berikut:

Tabel 1.1 Operasional Variabel

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala Pengukuran
Literasi Media (James Potter) (X)	Akses Informasi	Mampu mengakses dan menelusuri informasi di Instagram	Likert
	Pemahaman Pesan	Mampu memahami isi dan konteks pesan media	Likert
	Evaluasi Informasi	Mampu menilai kebenaran dan kredibilitas informasi	Likert
	Komunikasi Informasi	Mampu menyikapi dan membagikan informasi secara bertanggung jawab	Likert
Kemampuan Mengidentifikasi Informasi Hoaks (Y)	Identifikasi Sumber	Mengenali sumber informasi yang tidak kredibel	Likert
	Analisis Konten	Menganalisis isi pesan yang berpotensi hoaks	Likert
	Verifikasi Fakta	Memeriksa kesesuaian informasi dengan fakta	Likert
	Membedakan Fakta dan Opini	Membedakan informasi faktual dan opini	Likert

1.8 Langkah-Langkah Penelitian

1.8.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung, dengan subjek penelitian mahasiswa Program Studi Jurnalistik Angkatan 2022 yang aktif menggunakan media sosial Instagram. Pemilihan lokasi ini didasarkan pada pertimbangan bahwa mahasiswa Jurnalistik berada dalam rentang usia 18–24 tahun, yang termasuk kelompok usia paling aktif menggunakan media sosial, khususnya Instagram, berdasarkan laporan We Are Social (2024).

Mahasiswa sebagai bagian dari komunitas akademik memiliki akses yang luas terhadap informasi digital serta dituntut memiliki kemampuan berpikir kritis dalam menyikapi arus informasi. Selain itu, mahasiswa Jurnalistik secara akademik mempelajari teori dan praktik media, sehingga relevan untuk diteliti dalam konteks literasi media dan kemampuan mengidentifikasi informasi hoaks di Instagram.

Lingkungan kampus yang dinamis dan berbasis digital juga menjadi pertimbangan penting, karena proses pertukaran informasi berlangsung secara cepat melalui media sosial. Oleh sebab itu, penelitian ini memfokuskan pada mahasiswa Jurnalistik Angkatan 2022 UIN Sunan Gunung Djati Bandung sebagai objek yang representatif untuk mengkaji pengaruh literasi media terhadap kemampuan mendeteksi hoaks.

1.8.2 Paradigma dan Pendekatan Penelitian

Paradigma penelitian diartikan sebagai pola pikir yang menggambarkan korelasi atau pengaruh antara variabel yang akan diteliti (Sugiyono, 2017). Penelitian ini menggunakan paradigma positivisme, yaitu paradigma yang

berpandangan bahwa realitas sosial bersifat objektif, tetap, dan dapat diukur serta dijelaskan melalui hukum-hukum sebab-akibat. Paradigma ini menempatkan peneliti sebagai pengamat yang netral, tidak terlibat secara emosional dengan objek yang diteliti. Paradigma positivisme menekankan penggunaan metode kuantitatif untuk menghasilkan temuan yang empiris, terukur, dan dapat diuji secara statistik (Sugiyono, 2019).

Paradigma positivisme sangat tepat digunakan dalam penelitian ini karena fokus kajiannya adalah untuk mengukur Pengaruh Tingkat Literasi Media Terhadap Kemampuan Mengidentifikasi Informasi Hoaks Di Instagram. Dalam kerangka berpikir positivistik, kedua variabel tersebut diasumsikan dapat dioperasionalkan ke dalam indikator-indikator yang terukur, dianalisis secara statistik, dan digunakan untuk menguji hipotesis penelitian (Creswell, 2014). Penelitian ini berorientasi pada pencarian hukum-hukum umum yang dapat menjelaskan pengaruh antarvariabel.

Pendekatan yang digunakan dalam kerangka positivisme adalah pendekatan objektif. Pendekatan ini menekankan bahwa data dan fenomena sosial dapat diamati, diukur, dan dianalisis secara terpisah dari nilai-nilai subjektif peneliti (Bungin, 2013). Dalam penelitian ini, pendekatan objektif diwujudkan dalam bentuk pengukuran variabel melalui kuesioner, pengolahan data secara statistik, serta interpretasi temuan yang didasarkan pada hasil analisis, bukan pada opini pribadi peneliti. Dengan menggunakan paradigma positivistik dan pendekatan objektif, penelitian ini diharapkan dapat menghasilkan temuan yang bersifat empiris, sistematis, serta dapat digeneralisasikan. Temuan penelitian juga

diharapkan mampu memberikan kontribusi teoretis terhadap pengembangan ilmu komunikasi, khususnya dalam kajian literasi media, serta kontribusi praktis dalam merumuskan strategi pendidikan literasi digital di kalangan mahasiswa untuk menghadapi tantangan disinformasi di era digital (Potter, 2010).

1.8.3 Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan adalah survei, yaitu teknik pengumpulan data dari sejumlah responden dengan menggunakan instrumen standar berupa kuesioner. Metode survei dipilih karena sesuai dengan paradigma positivisme yang menekankan objektivitas, serta mendukung pengumpulan data secara terstruktur dan sistematis. Melalui survei, peneliti dapat memperoleh gambaran empiris tentang pengaruh antara tingkat literasi media dan kemampuan mengidentifikasi hoaks di Instagram (Sugiyono, 2019).

Penggunaan metode survei dianggap efektif karena memiliki beberapa keunggulan. Pertama, survei memungkinkan peneliti menjangkau jumlah responden yang relatif besar dalam waktu singkat, sehingga hasil penelitian dapat bersifat lebih representatif (Creswell, 2014). Kedua, instrumen kuesioner sebagai alat utama dalam metode survei mampu mengumpulkan data dengan tingkat reliabilitas dan validitas yang lebih tinggi ketika dirancang secara tepat. Ketiga, metode survei sesuai dengan kebutuhan penelitian ini yang bertujuan menganalisis pengaruh antarvariabel, karena data yang diperoleh dapat diolah menggunakan teknik statistik inferensial.

Data yang dikumpulkan melalui survei akan dianalisis dengan teknik statistik, salah satunya analisis regresi linier sederhana untuk menguji sejauh mana

variabel independen (literasi media) memengaruhi variabel dependen (kemampuan mengidentifikasi hoaks). Teknik ini sesuai karena penelitian hanya melibatkan dua variabel utama dan bertujuan menguji hubungan kausal (Ghozali, 2018). Penelitian ini tidak hanya menghasilkan deskripsi, tetapi juga pengujian empiris terhadap hipotesis yang telah ditetapkan.

Metode survei dalam penelitian ini akan diterapkan pada mahasiswa Jurnalistik Angkatan 2022 Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung. Responden dipilih karena mereka berada pada kelompok usia 18–24 tahun yang merupakan pengguna media sosial paling aktif di Indonesia. Melalui penerapan metode ini, penelitian diharapkan mampu menjelaskan secara ilmiah, sistematis, dan objektif sejauh mana literasi media berpengaruh terhadap kemampuan mahasiswa dalam mengidentifikasi hoaks di platform Instagram.

1.8.4 Jenis Data dan Sumber Data

1) Jenis Data

Jenis data yang dikumpulkan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif, yaitu data berbentuk angka yang dapat dihitung, diukur, dan dianalisis secara statistik. Data ini diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner kepada responden, dengan menggunakan skala Likert karena mampu mengukur tingkat sikap dan kecenderungan responden secara sistematis pada rentang jawaban tertentu, sehingga memudahkan proses kuantifikasi persepsi sosial.

2) Sumber Data

(1) Sumber Data Primer

Sumber data primer dalam penelitian ini adalah mahasiswa aktif Program Studi Jurnalistik Angkatan 2022 UIN Sunan Gunung Djati Bandung yang menjadi responden penelitian. Data primer diperoleh langsung melalui penyebaran kuesioner berbasis skala Likert yang disusun berdasarkan indikator variabel literasi media dan kemampuan mengidentifikasi hoaks.

(2) Sumber Data Sekunder

Data sekunder dalam penelitian ini meliputi artikel jurnal nasional dan internasional terkait literasi media dan hoaks, laporan resmi Kominfo mengenai isu hoaks dan indeks literasi digital, serta laporan tahunan We Are Social & Meltwater tentang penggunaan media sosial di Indonesia. Penelitian terdahulu dalam bentuk skripsi dan jurnal juga digunakan sebagai rujukan. Selain itu, data mengenai populasi mahasiswa Jurnalistik UIN Sunan Gunung Djati Bandung diperoleh melalui daftar absensi kelas Angkatan 2022, sehingga peneliti dapat menentukan jumlah populasi secara jelas sebelum menetapkan teknik sampling. teknik dan jumlah sampel penelitian

1.8.5 Populasi dan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Jadi, populasi bukan hanya orang, tetapi juga obyek dan benda-benda alam yang lain. Populasi juga bukan sekedar

jumlah yang ada pada obyek/subyek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik/sifat yang dimiliki oleh subyek atau obyek itu. (Sugiyono, 2015).

Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Program Studi Jurnalistik Angkatan 2022 Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung. Populasi ini dipilih karena mahasiswa jurnalistik merupakan pengguna aktif media sosial, khususnya Instagram, serta memiliki tingkat keterpaparan yang tinggi terhadap arus informasi digital, termasuk hoaks. Berdasarkan data akademik, jumlah populasi mahasiswa Jurnalistik Angkatan 2022 adalah 170 orang.

Penelitian ini menggunakan teknik simple random sampling, yaitu metode pengambilan sampel secara acak di mana setiap anggota populasi memiliki peluang yang sama untuk dipilih menjadi responden penelitian. Teknik ini digunakan karena populasi penelitian bersifat homogen, yakni terdiri dari mahasiswa Program Studi Jurnalistik angkatan 2022 yang memiliki karakteristik serupa, seperti usia, lingkungan akademik, serta tingkat paparan terhadap media sosial yang relatif sama.

Untuk menentukan jumlah sampel, penelitian ini menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan (*margin of error*) sebesar 10% (0,1). Penggunaan tingkat kesalahan 10% didasarkan pada pertimbangan efisiensi waktu, biaya, dan kemudahan dalam pengumpulan data. Pemilihan tingkat kesalahan 10% dalam penelitian ini dinilai cukup memadai untuk memperoleh gambaran umum mengenai fenomena yang diteliti (Sugiyono, 2015).

Rumus Slovin digunakan karena efektif untuk menentukan ukuran sampel dari populasi yang sudah diketahui secara pasti.

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

Keterangan:

n = jumlah sampel

N = jumlah populasi

e = tingkat kesalahan (*margin of error*), dalam pengambilan sampel ini ditetapkan sebesar 10%

$$n = \frac{170}{1 + 170 (0,1)^2} = \frac{170}{1 + 170 (0,01)} = \frac{170}{1 + 1,7} = \frac{170}{2,7} = 62,96$$

Dengan demikian, jumlah sampel penelitian ini ditetapkan sebanyak 63 responden.

1.8.6 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang penulis pilih dalam penelitian adalah dengan menggunakan kuesioner. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden. Selain itu, kuesioner juga cocok digunakan bila jumlah responden cukup besar dan tersebar di wilayah yang luas. Kuesioner dapat berupa pertanyaan/pernyataan tertutup atau terbuka, dapat

diberikan kepada responden secara langsung atau dikirim melalui pos, atau internet (Sugiyono, 2015).

Selain itu, skala yang peneliti gunakan pada penelitian ini, adalah skala likert. Skala Likert itu sendiri digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam penelitian, fenomena sosial ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti, yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian. Dengan skala likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian, indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun *item -item* instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan.

Jawaban setiap *item* instrumen yang menggunakan skala likert mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif (Sugiyono, 2015).

Pada penelitian ini peneliti memilih skala 1 - 5 dengan pernyataan sebagai berikut:

Tabel 1.2 Skala Likert

Skala 1	Sangat Tidak Setuju
Skala 2	Tidak Setuju
Skala 3	Netral
Skala 4	Setuju
Skala 5	Sangat Setuju

Sumber: Ristianti & Fathurrochman, 2020.

Peneliti menyebarkan kuesioner atau angket secara *online* yakni melalui Google Form. Google Formulir atau yang dikenal juga dengan sebutan Google Form ini adalah layanan dari Google yang memungkinkan untuk membuat survei, tanya jawab dengan fitur formulir *online* yang bisa dicustomisasi sesuai dengan kebutuhan. Jadi, kita bisa mendapatkan jawaban secara langsung dari audiens yang mengikuti survei (Eril, 2020).

1.8.7 Uji Instrumen Penelitian

Dalam penelitian kuantitatif, instrumen yang digunakan untuk mengumpulkan data harus memenuhi dua syarat penting, yaitu valid dan reliabel. Oleh karena itu, sebelum data dianalisis lebih lanjut, dilakukan terlebih dahulu uji validitas dan reliabilitas terhadap *item -item* kuesioner. Uji ini penting dilakukan untuk memastikan bahwa setiap pertanyaan dalam kuesioner mampu mengukur apa yang seharusnya diukur (validitas), serta konsisten dalam mengukur konstruk yang sama dari waktu ke waktu (reliabilitas).

1) Uji Validitas

Validitas atau kesahihan menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur mampu mengukur apa yang ingin diukur. Untuk mengukur berat sebuah benda, alat ukur yang dipakai adalah timbangan. Timbangan adalah alat ukur yang valid karena dipakai untuk mengukur berat. Dalam penelitian yang bersifat deskriptif maupun eksplanatif yang melibatkan variabel/konsep yang tidak bisa diukur secara langsung, alat ukur harus valid agar hasil penelitian dapat dipercaya.

Validitas adalah kriteria yang paling kritis dan menunjukkan sejauh mana suatu instrumen mengukur apa yang seharusnya diukur. Validitas juga dapat dianggap sebagai utilitas. Dengan kata lain, validitas adalah sejauh mana perbedaan yang *ditem* ukan dengan alat ukur mencerminkan perbedaan yang sebenarnya di antara hal – hal yang diuji (Duli, 2019).

Ghozali (2011) menyatakan uji validitas dipergunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Validitas juga berhubungan dengan tujuan pengukuran. Pengukuran dikatakan valid jika mengukur tujuannya dengan nyata dan benar (Ghozali, 2016).

Teknik yang digunakan untuk mengukur validitas pertanyaan/ Pernyataan kuesioner adalah Korelasi *Product Moment* dari Karl Pearson dengan ketentuan jika r hitung lebih besar dari r tabel, maka skor butir pertanyaan/ pernyataan kuesioner valid tetapi sebaliknya jika r hitung lebih kecil dari r tabel, maka skor butir pertanyaan/ pernyataan kuesioner dikatakan tidak valid (Ghozali, 2011). Langkah-langkah pelaksanaan uji validitas adalah sebagai berikut:

(1) Pengumpulan Data

Data yang digunakan dalam uji validitas diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner kepada sejumlah responden yang termasuk dalam kelompok uji coba instrumen (10–30 responden).

(2) Input Data ke SPSS

Seluruh jawaban responden dimasukkan ke dalam SPSS. Setiap butir pertanyaan (*item*) dimasukkan sebagai variabel dalam kolom, dan setiap responden sebagai baris.

(3) Melakukan Korelasi Pearson

Analisis dilakukan dengan memasukkan semua *item* variabel dan memilih metode korelasi Pearson dengan uji dua arah (*two-tailed*).

(4) Interpretasi Hasil

Hasil uji akan menampilkan nilai koefisien korelasi (r) dan nilai signifikansi (*p-value/Sig. 2-tailed*) antara masing-masing *item* dengan skor totalnya.

(5) Kriteria Validitas

Jika nilai signifikansi (*p-value*) $< 0,05$, maka *item* dinyatakan valid. Jika nilai signifikansi $\geq 0,05$, maka *item* dianggap tidak valid dan perlu diperbaiki atau dihapus.

2) Uji Reliabilitas

Reliabilitas instrumen menunjukkan seberapa besar suatu instrumen tersebut dapat dipercaya dan digunakan sebagai alat pengumpul data. Reliabilitas instrumen yang semakin tinggi, menunjukkan hasil ukur yang didapatkan semakin terpercaya (reliabel). Metode pengukuran reliabilitas yang sering digunakan adalah metode *Alpha Cronbach*. Koefisien *Alpha Cronbach* menunjukkan sejauh mana kekonsistenan responden dalam menjawab instrumen yang dinilai (Nugroho, 2011). Pengukuran reliabilitas menggunakan metode *Alpha Cronbach* akan menghasilkan nilai α dalam skala 0 – 1, yang dapat dikelompokkan dalam lima kelas. Langkah-langkah pelaksanaan uji reliabilitas sebagai berikut:

(1) Input Data

Data yang telah dinyatakan valid kemudian dikelompokkan berdasarkan variabel masing-masing dengan menggunakan Reliability Analysis di SPSS.

(2) Menentukan Model Reliabilitas

Pada bagian “*Model*”, dipilih opsi Alpha untuk mengukur reliabilitas internal (*internal consistency*).

(3) Hasil Output SPSS

SPSS akan menghasilkan nilai *Cronbach's Alpha*, yaitu ukuran seberapa reliabel seluruh *item* dalam satu variabel.

(4) Kriteria Reliabilitas

Berdasarkan nilai *Cronbach's Alpha*, reliabilitas instrumen diklasifikasikan sebagai berikut:

Tabel 1.3 Nilai *Cronbach's Alpha*

$\geq 0,90$ = Sangat tinggi
0,80–0,89 = Tinggi
0,70–0,79 = Cukup
0,60–0,69 = Sedang
$< 0,60$ = Rendah (tidak reliabel)

Sumber: Ristianti & Fathurrochman, 2020.

Apabila terdapat *item* yang secara signifikan menurunkan reliabilitas, maka dapat dilihat pada kolom "*Cronbach's Alpha if Item Deleted*", dan dilakukan

penghapusan terhadap *item* yang tidak mendukung reliabilitas. Reliabilitas digunakan sebagai indikator bahwa instrumen dapat diandalkan dan menghasilkan data yang stabil.

1.8.8 Teknik Analisis Data

Dalam pengujian analisis data ini digunakan taraf signifikansi (*alpha*) sebesar 5%. Perbedaan penggunaan nilai *margin of error* (MoE) pada sampel dan taraf signifikansi tersebut didasarkan pada fungsi masing-masing dalam metodologi penelitian.

Margin of error digunakan dalam tahap penentuan sampel untuk menunjukkan tingkat ketelitian dalam merepresentasikan populasi, sedangkan taraf signifikansi digunakan dalam pengujian statistik untuk menentukan batas kesalahan dalam pengambilan keputusan terhadap hipotesis. Oleh karena itu, penggunaan nilai yang berbeda antara MoE dan *alpha* tidak mempengaruhi validitas hasil penelitian, karena keduanya berada pada konteks analisis yang berbeda (Sugiyono dan Ghozali).

1) Deskriptif Statistik

Statistik deskriptif digunakan untuk menggambarkan karakteristik responden serta memberikan gambaran awal mengenai kecenderungan data pada setiap variabel penelitian. Analisis ini meliputi penyajian nilai rata-rata (*mean*), standar deviasi, serta distribusi frekuensi pada setiap indikator kuesioner.

Melalui analisis deskriptif, peneliti dapat mengetahui pola umum jawaban responden, tingkat penyebaran data, serta kecenderungan nilai pada masing-masing

variabel. Hasil ini menjadi dasar awal untuk menilai kelayakan data sebelum dilanjutkan ke tahap pengujian hipotesis.

2) Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dilakukan sebagai tahap awal dalam analisis regresi untuk memastikan bahwa data memenuhi kriteria yang diperlukan sehingga hasil analisis dapat dipercaya dan tidak bias. Dalam penelitian ini, uji asumsi klasik yang digunakan meliputi:

(1) Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah data residual dalam model regresi berdistribusi normal. Distribusi residual yang normal merupakan salah satu asumsi penting agar hasil analisis regresi dapat memberikan estimasi yang tidak bias.

Pengujian dilakukan menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov dengan kriteria bahwa nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 menunjukkan data berdistribusi normal. Kondisi tersebut mengindikasikan bahwa penyebaran residual berada di sekitar nilai rata-rata secara seimbang dan tidak mengalami penyimpangan yang ekstrem. Model regresi memenuhi asumsi normalitas dan layak digunakan untuk analisis lebih lanjut.

(3) Uji Linearitas

Uji linearitas digunakan untuk mengetahui apakah hubungan antara variabel independen dan variabel dependen bersifat linear. Hubungan yang linear menjadi syarat utama dalam analisis regresi, karena model regresi linear hanya dapat menjelaskan hubungan yang berbentuk garis lurus.

Pengujian dilakukan melalui analisis ANOVA dengan melihat nilai signifikansi pada Linearity ($< 0,05$) dan Deviation from Linearity ($> 0,05$).

Hasil tersebut menunjukkan bahwa hubungan antara kedua variabel mengikuti pola garis lurus dan tidak terdapat penyimpangan yang signifikan dari linearitas. Model regresi yang digunakan telah memenuhi asumsi linearitas dan dapat digunakan untuk menguji hubungan antar variabel secara tepat.

(4) Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat ketidaksamaan varians residual pada model regresi. Model regresi yang baik adalah model yang tidak mengalami heteroskedastisitas, atau dengan kata lain memiliki varians residual yang konstan (homoskedastisitas).

Pengujian dalam penelitian ini dilakukan menggunakan metode Glejser dengan melihat nilai signifikansi. Apabila nilai signifikansi lebih besar dari 0,05, maka tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

Kondisi tersebut menunjukkan bahwa varians residual pada model regresi bersifat homogen atau relatif sama pada setiap nilai variabel independent. Penyebaran error tidak mengalami pola tertentu dan model regresi dapat dikatakan memenuhi asumsi homoskedastisitas.

3) Regresi Linear Sederhana

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linear sederhana. Teknik ini dipilih karena tujuan penelitian adalah untuk mengetahui pengaruh tingkat literasi media (variabel X) terhadap kemampuan mengidentifikasi informasi hoaks di Instagram (variabel Y). Analisis regresi linear

seederhana digunakan ketika hubungan yang diuji hanya melibatkan satu variabel independen dan satu variabel dependen, dengan tujuan untuk mengetahui arah serta besarnya pengaruh yang terjadi (Sugiyono, 2015).

Pengolahan data dilakukan dengan bantuan perangkat lunak SPSS versi 31 (*Statistical Package for the Social Sciences*).

(1) Model Regresi Linear Sederhana

Model regresi linear sederhana dalam penelitian ini dinyatakan dalam persamaan sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

Keterangan:

Y = Variabel dependen (Kemampuan Mendeteksi Hoaks)

X = Variabel independen (Tingkat Literasi Media)

a = Konstanta, yaitu nilai Y ketika X = 0

b = Koefisien regresi, yaitu besarnya pengaruh variabel X terhadap Y

Nilai koefisien regresi (b) menunjukkan arah dan kekuatan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Koefisien bernilai positif menunjukkan hubungan searah, sedangkan koefisien bernilai negatif menunjukkan hubungan berlawanan arah.

(2) Uji Hipotesis (Uji t)

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini dilakukan menggunakan uji t (parsial) untuk mengetahui apakah variabel independen berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen. Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H₀: Tidak terdapat pengaruh literasi media terhadap kemampuan identifikasi informasi hoaks.

H₁: Terdapat pengaruh literasi media terhadap kemampuan identifikasi informasi hoaks.

Kriteria pengambilan keputusan dalam uji t yaitu jika nilai signifikansi < 0,05, maka H₀ ditolak dan H₁ diterima, yang berarti terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel X dan Y dan jika nilai signifikansi > 0,05, maka H₀ diterima dan H₁ ditolak, yang berarti tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel X dan Y.

(3) Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien determinasi (R²) digunakan untuk mengetahui seberapa besar kontribusi variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen. Nilai R² yang mendekati 1 menunjukkan bahwa variabel independen memiliki kemampuan yang kuat dalam menjelaskan variabel dependen, sedangkan nilai yang mendekati 0 menunjukkan kemampuan yang lemah (Singgih Santoso, 2019).

Melalui analisis regresi linear sederhana ini diharapkan dapat diketahui secara empiris dan terukur mengenai arah serta besarnya pengaruh tingkat literasi media terhadap kemampuan mahasiswa dalam mengidentifikasi informasi hoaks di Instagram.