

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi komunikasi di era digital telah mengubah secara fundamental pola masyarakat dalam memperoleh dan mengonsumsi informasi. Kehadiran internet dengan kecepatan arus informasi yang tinggi membuat akses berita menjadi semakin mudah dan instan. Hal ini berdampak pada meningkatnya ketergantungan masyarakat terhadap media online sebagai sumber informasi utama. Generasi muda, khususnya mahasiswa, merupakan kelompok yang paling intensif memanfaatkan internet untuk mencari data, memperluas wawasan, dan mengikuti perkembangan isu-isu aktual. Kondisi ini menunjukkan bahwa media digital telah menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari kehidupan akademik maupun sosial mahasiswa (Novianto, 2013).

Di tengah maraknya media digital, muncul media berbasis produsen konten di sosial media, salah satunya adalah instagram yang menawarkan sudut pandang berbeda dari media arus utama. Media jenis ini kerap hadir dengan klaim keberpihakan kepada isu-isu yang dianggap terabaikan oleh media besar, atau dengan gaya penyajian yang lebih cepat dan sederhana. Namun, di balik keberagaman tersebut, media berbasis produsen konten sering kali menyajikan informasi hoaks, bahkan cenderung menggiring opini publik dengan berita sensasional yang tidak melalui proses verifikasi yang memadai. Tidak jarang,

konten yang diproduksi memuat informasi tidak benar yang justru memperburuk kualitas pemahaman audiens terhadap suatu isu.

Fenomena penyebaran informasi hoaks melalui media di instagran ini menimbulkan tantangan besar bagi masyarakat, khususnya mahasiswa yang seharusnya lebih kritis dalam menyaring informasi. Terlebih bagi mahasiswa program studi jurnalistik, tantangan tersebut semakin kompleks. Mereka dituntut bukan hanya sebagai konsumen informasi, tetapi juga sebagai calon jurnalis yang kelak berperan dalam menjaga kualitas pemberitaan. Ketika mahasiswa jurnalistik terpapar secara intensif pada informasi yang tidak valid, terdapat potensi melemahnya kemampuan mereka dalam menyeleksi berita yang benar dan terpercaya. (Syam, 2020)

Kasus penyebaran informasi hoaks di media sosial tercermin dalam salah satu konten mengenai banjir di wilayah Sumatra yang disertai dengan visual rumah yang tertimbun tanah sebagai representasi dampak bencana. Konten tersebut tersebar luas dan memperoleh respons signifikan dari audiens online karena didukung oleh elemen visual yang dramatis serta narasi emosional yang persuasif. Namun, berdasarkan hasil penelusuran dan proses verifikasi, diketahui bahwa gambar rumah tertimbun tanah tersebut bukan berasal dari peristiwa banjir di Sumatra, melainkan dokumentasi lama dari bencana erupsi Gunung Semeru. Ketidaksesuaian antara konteks visual dan fakta peristiwa tersebut menunjukkan adanya praktik disinformasi berbasis manipulasi konteks dalam distribusi konten di media sosial. Paparan terhadap konten semacam ini berpotensi memengaruhi kemampuan seleksi berita pembaca, karena dominasi unsur visual dan narasi sensasional dapat mengurangi kecenderungan untuk melakukan verifikasi sumber

secara kritis. Kondisi tersebut berimplikasi pada melemahnya kemampuan identifikasi informasi, verifikasi fakta, penilaian kredibilitas sumber, serta pembedaan antara fakta dan opini dalam proses seleksi berita.

Berbagai penelitian menunjukkan bahwa eksposur berkelanjutan terhadap informasi hoaks dapat memengaruhi cara pandang dan perilaku mahasiswa dalam mengelola informasi. Paparan informasi yang tidak terverifikasi dan seringkali bias dapat menimbulkan kebingungan dan ketidakpastian, sehingga menurunkan tingkat kepercayaan mahasiswa terhadap media secara keseluruhan. Dampak jangka panjangnya adalah melemahnya kemampuan kritis dan analitis dalam menilai kualitas informasi, yang merupakan kompetensi penting dalam bidang jurnalistik. (Annisa Anastasia Salsabila, 2024) Situasi ini menuntut perlunya pendekatan baru dalam pendidikan jurnalistik yang tidak hanya menekankan teknik produksi berita, tetapi juga membekali mahasiswa dengan kemampuan literasi media yang kuat untuk menghadapi tantangan kompleks di era digital.

Berdasarkan realitas tersebut, penelitian ini menjadi penting dilakukan. Mahasiswa program studi jurnalistik di UIN Sunan Gunung Djati Bandung angkatan 2022 dipilih sebagai subjek penelitian karena mereka merupakan kelompok akademik yang memiliki kompetensi teoritis sekaligus praktis di bidang media. Namun, dalam praktiknya, mereka pun tidak lepas dari paparan informasi hoaks yang beredar pada media di instagram. Penelitian ini berupaya menelaah sejauh mana paparan tersebut memengaruhi kemampuan mahasiswa program studi jurnalistik di UIN Sunan Gunung Djati Bandung angkatan 2022 dalam melakukan seleksi berita yang benar, kritis, dan dapat dipertanggungjawabkan.

Secara akademik, penelitian ini relevan untuk memperkaya literatur komunikasi massa dan literasi media, khususnya mengenai efek media terhadap

perilaku mahasiswa. Secara praktis, hasil penelitian diharapkan dapat memberikan masukan bagi institusi pendidikan dalam memperkuat kurikulum yang menekankan kemampuan literasi informasi dan seleksi berita, agar mahasiswa jurnalistik lebih siap menghadapi tantangan di era banjir informasi. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi nyata dalam membentuk jurnalis muda yang tidak hanya kritis, tetapi juga memiliki integritas dalam menyaring dan menyajikan informasi.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan fenomena yang telah dirumuskan, penelitian ini diarahkan untuk menjawab beberapa pertanyaan utama yang berkaitan dengan pengaruh paparan informasi tidak valid pada media terhadap kemampuan seleksi berita Mahasiswa program studi Jurnalistik UIN Sunan Gunung Djati Bandung :

1. Bagaimana tingkat paparan berita hoaks di media Instagram yang dialami oleh mahasiswa aktif Program Studi Jurnalistik UIN Sunan Gunung Djati Bandung angkatan 2022, baik dari segi frekuensi maupun durasi?
2. Bagaimana kemampuan seleksi berita mahasiswa aktif Program Studi Jurnalistik UIN Sunan Gunung Djati Bandung dalam mengidentifikasi, memverifikasi, dan mengevaluasi berita?
3. Bagaimana pengaruh paparan berita hoaks di Instagram terhadap kemampuan seleksi berita mahasiswa, baik secara parsial (frekuensi atau durasi) maupun simultan (frekuensi dan durasi)?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah diuraikan, maka tujuan penelitian ini yaitu:

1. Mengetahui tingkat paparan berita hoaks di media Instagram pada mahasiswa aktif Program Studi Jurnalistik UIN Sunan Gunung Djati Bandung angkatan 2022, baik dari segi frekuensi maupun durasi.
2. Mengidentifikasi tingkat kemampuan seleksi berita mahasiswa aktif Program Studi Jurnalistik UIN Sunan Gunung Djati dalam mengidentifikasi, memverifikasi, dan mengevaluasi berita.
3. Menganalisis pengaruh paparan berita hoaks di Instagram terhadap kemampuan seleksi berita mahasiswa, baik secara parsial maupun simultan.

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Secara Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya kajian literasi media dan komunikasi massa, khususnya mengenai pengaruh paparan informasi hoaks pada media di instagram terhadap kemampuan seleksi berita mahasiswa jurnalistik UIN Sunan Gunung Djati Bandung angkatan 2022. Dengan menelaah bagaimana paparan informasi yang tidak terverifikasi memengaruhi kemampuan mahasiswa dalam menilai, memilih, dan menyajikan berita yang akurat, penelitian ini tidak hanya menyempurnakan kerangka teori literasi media, tetapi juga memperluas pemahaman mengenai perilaku konsumen media di kalangan generasi muda akademik. Selain itu, penelitian ini juga memperkaya metodologi penelitian kuantitatif dalam bidang komunikasi dan jurnalisme, khususnya yang terkait dengan pengukuran kemampuan seleksi berita dan pengaruh media non mainstream, sehingga dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya yang menelaah hubungan antara paparan informasi digital dan kemampuan analitis mahasiswa.

1.4.2 Secara Praktis

Secara Praktis, penelitian ini memberikan manfaat bagi berbagai pihak yang terlibat dalam pendidikan dan praktik jurnalistik. Bagi Program Studi Jurnalistik UIN Sunan Gunung Djati Bandung, hasil penelitian ini dapat menjadi dasar evaluasi efektivitas pembelajaran literasi media, seleksi berita, dan pengembangan materi ajar yang lebih relevan dengan tantangan di era informasi digital. Bagi mahasiswa, temuan penelitian ini memberikan wawasan lebih mendalam mengenai pentingnya kemampuan literasi media dan strategi dalam menghadapi informasi hoaks, sehingga mendorong mereka lebih kritis dan bertanggung jawab dalam menyaring serta menyajikan berita. Selain itu, bagi institusi pendidikan dan praktisi media, penelitian ini dapat menjadi acuan dalam merancang program pelatihan, *workshop*, atau strategi edukasi media yang lebih efektif, sehingga membantu membentuk jurnalis muda yang tidak hanya kompeten secara teknis, tetapi juga memiliki integritas dalam menyampaikan informasi yang akurat dan terpercaya.

1.5 Kerangka Pemikiran

Dalam penelitian ini, variabel independen yang digunakan adalah paparan berita hoaks pada media di *instagram*, yang di analisis melalui konsep Stimulus

Respon yang dikembangkan oleh Ivan Pavlov (1927) dan dikembangkan lebih lanjut dalam konteks ilmu komunikasi oleh Hovland, Janis, dan Kalley (1953). Teori ini menjelaskan bahwa komunikasi dipandang sebagai proses linear yang melibatkan pemberian stimulus oleh komunikasi kepada komunikan, yang kemudian menghasilkan respon tertentu sesuai dengan intensitas dan bentuk stimulus yang diterima (Abidin, 2021).

Dalam penelitian ini, teori Stimulus Respon digunakan untuk menjelaskan bagaimana paparan berita hoaks dari media di *instagram* dapat memengaruhi kemampuan seleksi berita mahasiswa Jurnalistik Program Studi Jurnalistik UIN Sunan Gunung Djati Bandung angkatan 2022. Informasi yang tidak melalui proses verifikasi jurnalistik dapat menjadi stimulus yang menimbulkan respon negatif berupa kesalahan persepsi terhadap fakta dan penurunan kemampuan dalam membedakan informasi valid dan tidak valid.

Secara khusus, semakin sering mahasiswa menerima stimulus berupa informasi yang tidak akurat, maka semakin besar kemungkinan mereka mengembangkan pola pikir dan respon yang menyimpang dari prinsip jurnanisme yang berbasis pada verifikasi dan objektivitas. Dengan demikian, teori Stimulus Respon menjadi dasar untuk memahami hubungan antara paparan informasi tidak valid (stimulus) dan kemampuan seleksi berita mahasiswa (respon), di mana efek komunikasi terjadi karena adanya proses pengulangan stimulus yang memperkuat pola persepsi dan reaksi individu terhadap isi media.

Model Stimulus Respon menggambarkan bahwa setiap stimulus media akan memicu proses psikologis tertentu pada individu, yang kemudian menghasilkan bentuk respon sesuai dengan pengalaman, pengetahuan, dan motivasi masing-masing. Dalam konteks mahasiswa jurnalistik, stimulus berupa paparan berita hoaks di media dapat memengaruhi cara mereka menafsirkan, menilai, dan merespons suatu informasi. Sejalan dengan pandangan tersebut, DeFleur dan Ball Rokeach (1989) menambahkan bahwa kekuatan stimulus media dapat bervariasi tergantung pada tingkat keterlibatan kognitif individu. Artinya, individu dengan tingkat literasi media tinggi akan memberikan respon yang lebih selektif,

sedangkan individu dengan literasi rendah cenderung memberikan respon otomatis tanpa proses kritis.

Berdasarkan pemikiran tersebut, proses penerimaan stimulus media oleh mahasiswa dapat dijelaskan melalui empat aspek utama yang merepresentasikan tahapan respon terhadap pesan, yaitu:

1. Frekuensi paparan, yaitu seberapa sering seseorang mengakses atau melihat informasi dari media di *instagram* yang memuat konten hoaks. Semakin sering seseorang terpapar, semakin besar pula kemungkinan terbentuknya persepsi tertentu terhadap informasi tersebut.
2. Durasi paparan, yaitu lamanya waktu yang dihabiskan individu dalam mengonsumsi informasi dari media di *instagram*. Durasi yang lebih lama dapat memengaruhi tingkat penerimaan atau kepercayaan terhadap informasi yang diterima.
3. Jenis informasi hoaks, yaitu bentuk atau tipe informasi yang tidak benar, seperti berita rumor, opini tanpa data, atau isu yang belum terverifikasi. Jenis informasi ini dapat memengaruhi cara seseorang memahami dan menilai kebenaran sebuah berita.
4. Tingkat kepercayaan, yaitu sejauh mana individu percaya terhadap informasi mengandung hoaks yang diperoleh dari media di *instagram*. Tingkat kepercayaan ini menentukan bagaimana individu merespons informasi tersebut, apakah dengan sikap kritis atau justru menerimanya begitu saja.

Dalam penelitian ini, variabel dependen adalah kemampuan seleksi berita mahasiswa aktif Program Studi Jurnalistik UIN Sunan Gunung Djati Bandung. Variabel ini mencerminkan sejauh mana mahasiswa mampu mengidentifikasi,

menilai, dan menentukan kebenaran dari suatu informasi atau berita yang diterima, terutama di tengah maraknya arus informasi digital. Kemampuan ini sangat penting bagi mahasiswa jurnalistik karena menjadi dasar dalam membangun sikap kritis, objektivitas, serta akurasi dalam menilai sebuah berita.

Secara teoretis, variabel ini dijelaskan melalui Teori Stimulu Respon yang dikembangkan oleh Ivan P. Pavlov (1927) dan kemudian diadaptasi dalam konteks komunikasi. Teori ini menyatakan bahwa setiap perilaku manusia merupakan hasil dari rangsangan (stimulus) yang diterima dari lingkungan dan diikuti oleh tanggapan atau respon tertentu. Dalam konteks penelitian ini, stimulus berupa informasi atau berita yang diterima dari media, sedangkan responnya tercermin pada kemampuan mahasiswa dalam menyaring dan menyeleksi berita secara kritis. Artinya, proses berpikir mahasiswa ketika menilai validitas suatu informasi merupakan bentuk respon terhadap rangsangan yang diberikan oleh media.

Lebih lanjut, Ennis (1985) menjelaskan bahwa berpikir kritis adalah proses reflektif dan rasional yang difokuskan untuk memutuskan apa yang harus dipercaya atau dilakukan. Dalam konteks kemampuan seleksi berita, konsep ini relevan karena mahasiswa dituntut untuk tidak hanya menerima informasi secara pasif, tetapi juga menilai kebenaran, menguji bukti, serta menarik kesimpulan yang logis. Dengan demikian, kemampuan seleksi berita merupakan hasil dari proses kognitif yang kompleks, di mana stimulus dari media diolah melalui tahapan berpikir kritis sebagaimana yang dijelaskan oleh Ennis. Ada beberapa aspek utama dalam sikap kritis, yaitu:

1. *Identification*, yaitu kemampuan individu mengenali dan menandai pesan atau informasi yang diterima, termasuk mengenali sumber dan konteks penyampaian.

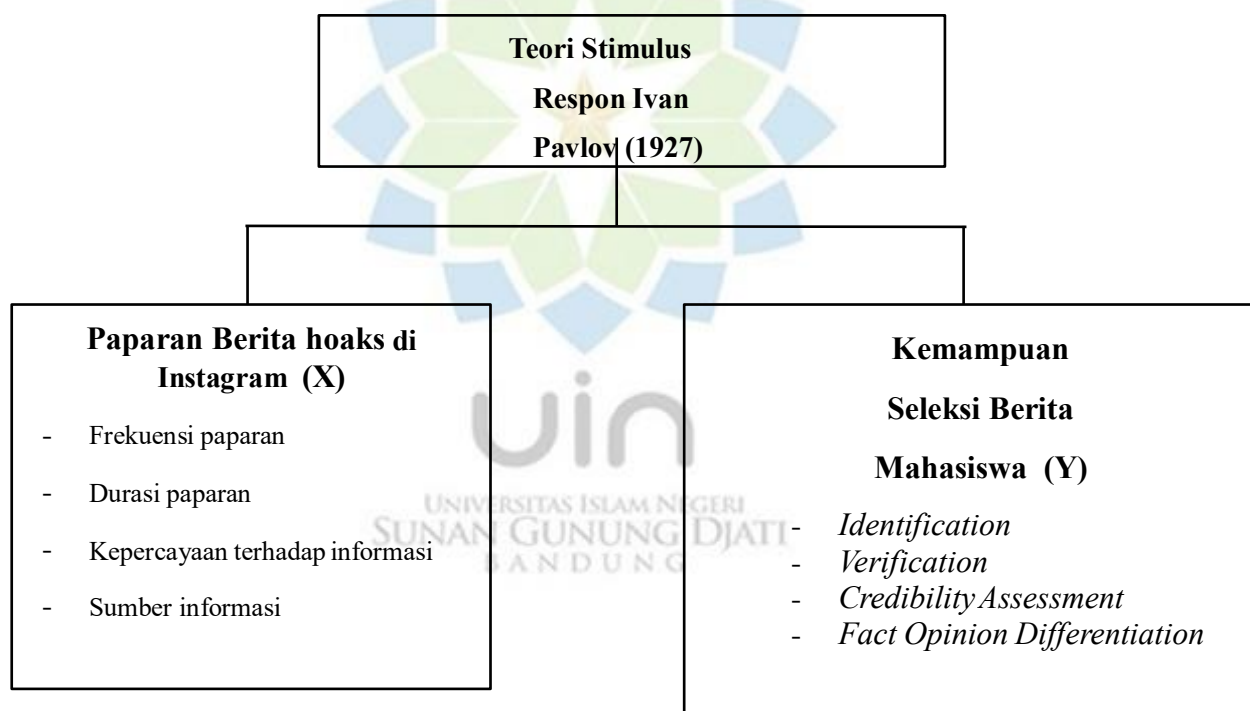
2. *Verification*, yaitu kemampuan untuk memeriksa kebenaran dan keakuratan informasi dengan membandingkannya pada sumber lain yang kredibel.
3. *Credibility Assessment*, yaitu proses menilai sejauh mana sumber informasi layak dipercaya berdasarkan rekam jejak, reputasi, dan konsistensi penyampaian fakta.
4. *Fact Opinion Differentiation*, yaitu kemampuan membedakan antara pernyataan faktual dan opini pribadi dalam isi pesan yang diterima, sehingga individu tidak mudah terpengaruh oleh interpretasi subjektif atau bias tertentu.

Dalam penelitian ini, variabel dependen adalah kemampuan seleksi Mahasiswa Program Studi Jurnalistik di era digital dihadapkan pada beragam sumber informasi, termasuk media non mainstream yang sering memuat konten tidak valid. Paparan informasi tidak valid ini mencakup beberapa aspek seperti frekuensi paparan, yaitu seberapa sering mahasiswa mengakses media *di instagram*, durasi paparan atau lamanya waktu yang dihabiskan dalam mengonsumsi konten, jenis informasi hoaks seperti berita palsu atau isu tanpa sumber jelas, serta tingkat kepercayaan terhadap informasi yang diterima. Berdasarkan teori Stimulus Respon, paparan informasi tersebut berperan sebagai stimulus yang memengaruhi proses kognitif mahasiswa seperti perhatian, persepsi, dan penilaian terhadap informasi yang mereka terima.

Sebagai respon dari paparan informasi hoaks, kemampuan seleksi berita mahasiswa menjadi indikator penting dalam menilai sejauh mana mereka mampu membedakan dan mengevaluasi kualitas informasi. Kemampuan ini meliputi *identification* atau kemampuan mengenali dan memahami konteks informasi,

verification atau kemampuan memeriksa keakuratan informasi dengan membandingkan pada sumber lain yang kredibel, *credibility assessment* atau kemampuan menilai kepercayaan terhadap sumber informasi, serta *critical evaluation* atau kemampuan menganalisis isi berita dengan mempertimbangkan bukti dan potensi bias. Dengan demikian, kemampuan seleksi berita merupakan respon langsung terhadap intensitas dan karakteristik paparan informasi hoaks pada media di instagram.

Tabel 1.1 Kerangka Pemikiran



1.6 Hipotesis

Hipotesis merupakan prediksi awal atau dugaan sementara mengenai hubungan antara dua variabel yang disusun berdasarkan teori, hasil penelitian sebelumnya, serta logika ilmiah. Dalam penelitian ini, hipotesis akan diuji melalui pendekatan kuantitatif dengan analisis data secara statistik.

Penelitian ini melibatkan dua variabel utama, yaitu:

- Variabel bebas (X) : Paparan berita hoaks pada media di *instagram*.
- Variabel terikat (Y) : Kemampuan seleksi berita mahasiswa.

Berdasarkan permasalahan dan tujuan yang telah dirumuskan, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

- Hipotesis Alternatif (H_1):

Paparan informasi hoaks pada media di instagram berpengaruh secara signifikan terhadap kemampuan seleksi berita mahasiswa aktif Jurnalistik UIN Sunan Gunung Djati Bandung.

- Hipotesis Nol (H_0):

Paparan informasi hoaks pada media di instagram tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kemampuan seleksi berita mahasiswa Jurnalistik UIN Sunan Gunung Djati Bandung.

Untuk membuktikan hipotesis tersebut, peneliti akan menggunakan uji regresi linier sederhana untuk menilai sejauh mana paparan terhadap informasi hoaks mempengaruhi kemampuan mahasiswa aktif Jurnalistik dalam menyeleksi, mengkritisi, dan menilai keakuratan berita khususnya dalam konteks konsumsi media di instagram.

1.7 Operasional Variabel

1.7.1 Variabel Independen (X)

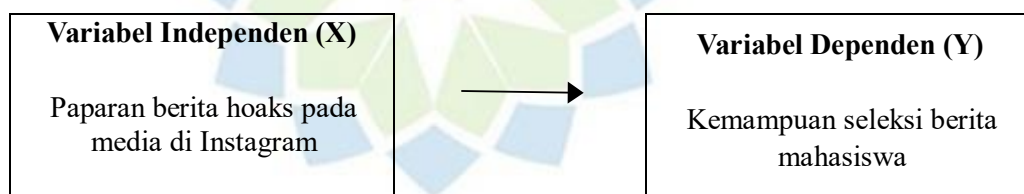
Variabel bebas atau variabel independen merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen atau variabel bebas (Sugiyono, 2022). Variabel bebas dalam penelitian ini adalah paparan berita hoaks pada media di instagram, yang

diukur melalui indikator frekuensi (X1), durasi (X2), kepercayaan terhadap informasi (X3), dan tingkat kepercayaan (X4).

1.7.2 Variabel Dependen (Y)

Variabel dependen atau variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat dikarenakan adanya variabel bebas (Sugiyono, 2022). Variabel dependen yang digunakan dalam penelitian ini adalah kemampuan seleksi berita mahasiswa jurnalistik UIN Sunan Gunung Djati Bandung, yang diukur melalui beberapa indikator yaitu *indentification* (Y1), *verification* (Y2), *credibility assessment* (Y3), dan *fact opinion differentiation* (Y4).

Gambar 1.1 Variabel Independen dan Variabel Dependen



Tabel 1.2 Variabel Independen dan Variabel Dependen

Variabel Penelitian	Dimensi	Indikator	Alat Ukur
	frekuensi (X1)	Seberapa sering seseorang mengakses atau melihat informasi dari media di <i>instagram</i> yang memuat konten hoaks.	Skala Likert (1-5)

Variabel Independen (X) Paparan berita hoaks pada media di Instagram	Durasi (X2)	Seberapa lama waktu yang dihabiskan individu dalam mengonsumsi informasi dari media di <i>instagram</i>	Skala Likert (1-5)
	Kepercayaan terhadap informasi (X3)	Tingkat penerimaan individu terhadap informasi yang dianggap benar berdasarkan isi maupun penyajiannya di media sosial	Skala Likert (1-5)
	tingkat kepercayaan (X4)	Sejauh mana individu percaya terhadap informasi mengandung hoaks yang diperoleh dari media di <i>instagram</i> .	Skala Likert (1-5)
Variabel Dependen (Y) Kemampuan seleksi berita mahasiswa	<i>indentification</i> (Y1),	Kemampuan individu mengenali dan menandai pesan atau informasi yang diterima	Skala Likert (1-5)
	<i>verification</i> (Y2)	Kemampuan untuk memeriksa kebenaran dan keakuratan informasi dengan membandingkannya pada sumber lain yang kredibel.	Skala Likert (1-5)
	<i>credibility assessment</i> (Y3),	Proses menilai sejauh mana sumber informasi layak dipercaya	Skala Likert (1-5)

	<i>fact opinion differentiation</i> (Y4).	Kemampuan membedakan antara pernyataan faktual dan opini pribadi dalam isi pesan yang diterima	Skala Likert (1-5)
--	--	--	--------------------

1.8 Langkah-Langkah Penelitian

1.8.1 Lokasi Penelitian.

Penelitian ini dilakukan di Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung yang merupakan salah satu Universitas Negeri ternama di Cibiru, Kota Bandung, Jawa Barat. Pemilihan UIN Sunan Gunung Djati Bandung sebagai lokasi penelitian berdasarkan ada pertimbangan bahwa Universitas ini memiliki jumlah mahasiswa yang cukup besa, yang tentunya merupakan pembaca berita di sosial media.

Mahasiswa Program Studi Jurnalistik UIN Sunan Gunung Djati Bandung dipilih sebagai subjek penelitian karena mereka dikenal aktif membaca dan mengikuti berbagai berita melalui media sosial. Selain itu, mahasiswa jurnalistik mempelajari banyak hal terkait dunia pers dan media, sehingga diharapkan memiliki pemahaman lebih baik dalam menilai kebenaran suatu informasi. Hal tersebut menjadikan mereka relevan untuk dijadikan responden dalam penelitian tentang pengaruh paparan berita hoaks pada media di *instagram* terhadap kemampuan seleksi berita.

Dari segi teknis lokasi Universitas yang mudah dijangkau oleh peneliti serta memberikan kemudahan dalam mengakses responden baik secara daring maupun luring, yaitu pertimbangan utama dalam pemilihan lokasi ini. Selain itu, ketersediaan mahasiswa aktif jurnalistik dari beberapa angkatan memungkinkan

peneliti memperoleh data yang beragam dan representatif. Dengan demikian, UIN Sunan Gunung Djati Bandung dipandang layak dan strategis untuk dijadikan lokasi penelitian mengenai pengaruh paparan informasi tidak valid pada media non-mainstream terhadap kemampuan seleksi berita mahasiswa aktif Jurnalistik.

1.8.2 Paradigma dan Pendekatan

Penelitian ini berada dalam bingkai paradigma positivisme, yaitu suatu pandangan yang memandang realitas sosial dapat diukur, diamati, dan dijelaskan secara objektif. Paradigma ini menekankan bahwa kebenaran dapat diperoleh melalui proses ilmiah yang sistematis, menggunakan data empiris yang dapat diverifikasi. Dalam konteks penelitian ini, paradigma positivistik digunakan untuk mengidentifikasi dan mengukur pengaruh paparan berita hoaks pada media di *instagram* terhadap kemampuan seleksi berita mahasiswa aktif Jurnalistik UIN Sunan Gunung Djati Bandung secara terukur dan terstruktur.

Paradigma positivistik dipilih karena penelitian ini berfokus pada hubungan sebab akibat antar variabel yang dapat diuji secara kuantitatif. Melalui paradigma ini, peneliti berusaha menjelaskan fenomena secara rasional dan empiris dengan menggunakan alat analisis statistik. Paradigma ini juga memandang peneliti sebagai pihak yang netral dan tidak mempengaruhi hasil dari penelitian, sehingga temuan yang diperoleh bersifat objektif. Dengan demikian, paradigma positivistik dinilai paling sesuai dengan tujuan penelitian yang menguji pengaruh antar variabel secara ilmiah.

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif, yaitu pendekatan yang menitik beratkan pada pengukuran data dan analisis numerik untuk menjawab pertanyaan penelitian. Pendekatan ini digunakan karena penelitian berupaya mengetahui seberapa besar pengaruh

paparan informasi tidak *valid* terhadap kemampuan seleksi berita mahasiswa. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada responden, kemudian diolah dan dianalisis menggunakan uji statistik, salah satunya regresi linier sederhana.

Melalui pendekatan kuantitatif, penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang jelas dan terukur mengenai hubungan antara paparan informasi tidak *valid* pada media *non mainstream* di *instagram* dengan kemampuan seleksi berita mahasiswa aktif Jurnalistik. Hasil analisis kuantitatif diharapkan mampu menunjukkan tingkat signifikansi pengaruh yang terjadi secara empiris, serta memberikan kontribusi terhadap pengembangan ilmu komunikasi, khususnya dalam bidang literasi media dan kemampuan berpikir kritis mahasiswa jurnalistik.

1.8.3 Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode survei sebagai pendekatan utama dalam pengumpulan data. Metode survei dipilih karena dinilai paling relevan untuk memperoleh data primer yang menggambarkan kondisi aktual di lapangan secara objektif. Melalui metode ini, peneliti berupaya untuk mengetahui pengaruh paparan informasi tidak *valid* pada media *non mainstream* di *instagram* terhadap kemampuan seleksi berita mahasiswa aktif Jurnalistik UIN Sunan Gunung Djati Bandung. Penggunaan metode survei juga dirasa cocok untuk menjaring data dari responden dalam jumlah besar, sehingga hasil yang diperoleh dapat menggambarkan kecenderungan umum dari populasi yang diteliti.

Metode survei dilakukan dengan menyebarkan instrumen penelitian berupa kuesioner kepada responden yang telah ditentukan. Kuesioner tersebut berisi sejumlah pernyataan yang menggambarkan tingkat paparan terhadap informasi hoaks, frekuensi akses media di *instagram*, serta kemampuan mahasiswa

dalam menyeleksi dan menilai kebenaran suatu berita. Melalui pengumpulan data tersebut, peneliti dapat memperoleh gambaran empiris mengenai hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat secara lebih terukur dan sistematis.

Selain itu, metode survei memungkinkan peneliti untuk melakukan analisis data secara statistik dengan menggunakan uji regresi linier sederhana. Analisis ini bertujuan untuk mengidentifikasi besarnya pengaruh serta arah hubungan antara variabel paparan informasi tidak *valid* pada media *non mainstream* dengan kemampuan seleksi berita mahasiswa. Pendekatan statistik tersebut memberikan dasar yang kuat dalam menilai signifikansi hubungan antar variabel dan memperkuat temuan penelitian secara ilmiah.

Dengan mempertimbangkan paradigma positivistik, pendekatan kuantitatif, serta tujuan penelitian yang berfokus pada pengujian hubungan sebab akibat antar variabel, metode survei dinilai sebagai metode yang paling tepat dan efektif dalam memperoleh data yang akurat, valid, serta dapat dipertanggungjawabkan secara akademis. Penggunaan metode ini diharapkan mampu menghasilkan temuan penelitian yang objektif dan memberikan kontribusi nyata terhadap pengembangan kajian komunikasi, khususnya dalam konteks literasi media di kalangan mahasiswa jurnalistik.

1.8.4 Jenis Data dan Sumber Data

1). Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif, yaitu data yang dapat diukur dan dihitung dalam bentuk angka. Data kuantitatif digunakan karena penelitian ini bertujuan mengukur pengaruh paparan informasi tidak valid pada media *non mainstream* terhadap kemampuan seleksi berita mahasiswa aktif Jurnalistik UIN Sunan Gunung Djati Bandung. Melalui kuesioner

yang disusun berdasarkan indikator dari masing-masing variabel, data yang diperoleh dapat diukur secara sistematis dan dianalisis menggunakan teknik statistik untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

2). Sumber Data

Dalam penelitian ini, data diperoleh dari dua jenis sumber, yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder:

a. Sumber Data Primer

Sumber data primer dalam penelitian ini diperoleh langsung dari mahasiswa aktif program studi Jurnalistik UIN Sunan Gunung Djati Bandung yang terpapar informasi melalui media di instagram. Para responden tersebut dipilih karena dinilai memiliki pengalaman dan pemahaman yang relevan dengan isu yang diteliti. Data primer dikumpulkan melalui penyebaran kuisisioner yang dirancang untuk mengukur tingkat paparan informasi hoaks serta kemampuan responden dalam menyeleksi berita. Proses pengumpulan dilakukan baik secara daring maupun tatap muka, guna memastikan data yang diperoleh bersifat autentik dan representatif terhadap populasi penelitian.

b. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder dalam penelitian ini berasal dari berbagai literatur ilmiah dan dokumen pendukung, seperti jurnal penelitian terdahulu, buku akademik, laporan lembaga resmi, serta publikasi media yang relevan dengan topik paparan informasi, media non mainstream, dan kemampuan seleksi berita. Data sekunder digunakan untuk memperkuat landasan konseptual, menambah perspektif teoritis, serta memberikan dukungan terhadap analisis hasil penelitian. Dengan menghubungkan sumber data primer dan sekunder, penelitian ini

diharapkan mampu menghasilkan temuan yang komprehensif, *valid*, dan dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah.

Dengan memadukan data kuantitatif dari sumber primer dan pendukung dari sumber sekunder, penelitian ini diharapkan dapat menghasilkan analisis yang objektif dan komprehensif.

1.8.5 Populasi dan Sampel

Populasi merupakan keseluruhan subjek atau objek yang memiliki karakteristik tertentu dan relevan dengan fokus penelitian, yang dipilih oleh peneliti untuk dikaji serta dijadikan dasar dalam penarikan kesimpulan (Kuncoro, 2020). Populasi dalam penelitian ini yaitu mahasiswa aktif program studi jurnalistik UIN Sunan Gunung Djati Bandung. Pemilihan populasi tersebut didasarkan pada pertimbangan bahwa mahasiswa jurnalistik merupakan kelompok akademik yang memiliki tingkat keterlibatan tinggi dalam aktivitas konsumsi media, baik media arus utama maupun media non-mainstream. Mahasiswa jurnalistik juga memiliki kemampuan dasar dalam memahami, menafsirkan, serta menilai isi pemberitaan, sehingga dianggap relevan untuk dijadikan subjek penelitian yang mengkaji pengaruh paparan informasi tidak valid terhadap kemampuan analisis berita.

Kriteria populasi dalam penelitian ini mencakup mahasiswa aktif Jurnalistik UIN sunan Gunung Djati Bandung yang masih mengikuti pembelajaran, yang tentunya sudah memahami dan mengetahui teori teori dasar kejournalistikan. Selain itu mahasiswa yang masih mengikuti pembelajaran ini cenderung mempunyai rasa ingin tahu yang besar mengenai ilmu kejournalistikan, media sosial kerap menjadi sarana pembelajaran bagi mereka. Berdasarkan data administrasi program studi, jumlah populasi dalam penelitian ini kurang lebih

sebanyak 650 mahasiswa. Dengan jumlah populasi yang cukup signifikan ini, peneliti tidak memungkinkan untuk melibatkan seluruh anggota populasi dalam penelitian. Oleh karena itu, peneliti menggunakan teknik pengambilan sampel untuk memperoleh representasi yang memadai dari populasi.

Penentuan jumlah sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus Slovin sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan:

n = ukuran sampel

N = jumlah populasi (170 mahasiswa)

e = margin of error (taraf kesalahan 5%)

Jika jumlah populasi (N) adalah 170 mahasiswa aktif angkatan 2022, dan margin of error yang ditetapkan adalah 5% (0,05), maka ukuran sampel yang digunakan dalam penelitian ini dihitung sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

$$n = \frac{170}{1 + 170 (0,05)^2}$$

$$n = \frac{170}{1 + 170 (0,0025)}$$

$$n = \frac{170}{1 + 0,425}$$

$$n = \frac{170}{1,425}$$

$$= 119,29$$

Berdasarkan hasil perhitungan tersebut, jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini ditetapkan sebanyak 119,29 yang dibulatkan menjadi 119 responden. Beberapa kriteria yang wajib dipenuhi oleh sampel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

- 1) Terdaftar sebagai mahasiswa aktif program studi Jurnalistik UIN Sunan Gunung Djati Bandung angkatan 2022.
- 2) Aktif menggunakan media sosial khususnya instagram.
- 3) terpapar berita tidak hoaks di media sosial yang diragukan kebenarannya.
- 4) Bersedia berpartisipasi dalam penelitian sampai selesai.
- 5) Sudah mempelajari dasar-dasar kejournalistikan,

1.8.6 Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan metode kuesioner sebagai teknik pengumpulan data utama. Kuesioner merupakan instrumen penelitian yang berfungsi untuk mengumpulkan informasi melalui serangkaian pertanyaan tertulis yang direspons

secara tertulis pula oleh partisipan. Tujuan penerapan kuesioner adalah untuk memperoleh data yang andal dan dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah.

Proses pengumpulan data dilakukan memanfaatkan platform survei digital Google Form yang disebarakan kepada responden melalui berbagai kanal *online*. Pemilihan media ini didasarkan pada pertimbangan efisiensi dalam tahap pengumpulan, penyimpanan, dan pengolahan data. Selain itu, penggunaan Google Form juga dinilai mampu menekan anggaran penelitian secara signifikan.

Untuk menganalisis data kuantitatif, setiap jawaban responden diberi skor berdasarkan skala Likert, sebagai berikut:

- 1) Setuju/selalu/sangat positif, maka diberi skor 5
- 2) Setuju/sering/positif, maka diberi skor 4
- 3) Ragu-ragu/kadang/netral, maka diberi skor 3
- 4) Tidak setuju/hampir tidak pernah, maka diberi skor 2
- 5) Sangat tidak setuju/tidak pernah, maka diberi skor 1

Tabel 1.3 Skor Skala Likert

No	Jawaban	Skor
1	Sangat Tidak Setuju (STS)	1
2	Tidak Setuju (SS)	2
3	Netral (N)	3
4	Setuju (S)	4
5	Sangat Setuju (SS)	5

Sumber: berdasarkan hasil olahan peneliti

1.8.7 Uji Validitas dan Reabilitas

a. Validitas

Uji validitas dilakukan untuk memastikan bahwa setiap butir pertanyaan dalam kuesioner benar-benar mampu mengukur konsep yang dimaksud dalam variabel penelitian, yakni paparan informasi tidak valid di media non mainstream (variabel X) dan kemampuan analisis berita mahasiswa jurnalistik (variabel Y). Pengujian validitas dalam penelitian ini menggunakan teknik korelasi *Pearson Product Moment*, dengan jumlah responden sebanyak 119 orang. Suatu item pernyataan dinyatakan valid apabila nilai r -hitung $>$ r -tabel pada taraf signifikansi 5%. Berdasarkan jumlah responden 119, maka nilai r -tabel = 0,180. Proses uji validitas dilakukan secara terpisah untuk setiap variabel penelitian menggunakan bantuan software SPSS versi 25.. Apabila nilai korelasi item terhadap total skor lebih besar dari r -tabel, maka butir pernyataan tersebut dianggap valid dan dapat digunakan dalam analisis selanjutnya.

b. Reabilitas

Reliabilitas instrument diuji menggunakan Cronbach's Alpha untuk mengukur konsistensi internal butir-butir pertanyaan. Instrumen dinyatakan reliabel apabila nilai koefisien alpha lebih besar dari 0,60. Uji reliabilitas dilakukan terhadap seluruh responden penelitian yang berjumlah 119 orang. Uji reliabilitas bertujuan untuk mengetahui sejauh mana instrumen penelitian menghasilkan data yang konsisten. Pengujian dilakukan menggunakan koefisien Cronbach's Alpha melalui SPSS versi 25 dengan jumlah responden sebanyak 119 orang. Instrumen dikatakan reliabel apabila nilai Cronbach's Alpha $>$ 0,60. Hasil uji menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan dari variabel paparan informasi tidak valid di media non-mainstream (X) dan kemampuan analisis berita mahasiswa aktif Jurnalistik UIN Sunan Gunung Djati Bandung (Y) memiliki nilai

alpha di atas batas minimum tersebut. Dengan demikian, instrumen dalam penelitian ini dinyatakan reliabel dan layak digunakan untuk analisis selanjutnya.

Tabel 1.4 Tingkat Reliabilitas Sesuai dengan Nilai 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)

1.8.8 Teknik Analisis Data

Tahapan analisis data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1) Data yang diperoleh dari kuesioner dikumpulkan dan direkap menggunakan Microsoft Excel.
- 2) Data kemudian diinput ke dalam software SPSS untuk dilakukan analisis statistik.
- 3) Analisis deskriptif digunakan untuk mengetahui distribusi frekuensi, persentase, mean, dan standar deviasi dari masing-masing variabel.
- 4) Selanjutnya, dilakukan analisis inferensial menggunakan uji regresi linier sederhana
- 5) Uji regresi dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh yang signifikan antara paparan berita hoaks pada media di instagram(variabel

- X) terhadap kemampuan seleksi berita mahasiswa Jurnalistik UIN Sunan Gunung Djati Bandung Angkatan 2022 (variabel Y).
- 6) Hasil uji regresi diinterpretasikan berdasarkan nilai signifikansi (Sig.) dan koefisien determinasi (R^2) untuk menjelaskan kekuatan pengaruh antarvariabel.
 - 7) Data yang diperoleh dari kuesioner dikumpulkan dan direkap menggunakan Microsoft Excel.
 - 8) Data kemudian diinput ke dalam software SPSS untuk dilakukan analisis statistik.
 - 9) Analisis deskriptif digunakan untuk mengetahui distribusi frekuensi, persentase, mean, dan standar deviasi dari masing-masing variabel.
 - 10) Selanjutnya, dilakukan analisis inferensial menggunakan uji regresi linier sederhana
 - 11) Uji regresi dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh yang signifikan antara paparan berita hoaks pada media di Instagram (variabel X) terhadap kemampuan seleksi berita mahasiswa Jurnalistik UIN Sunan Gunung Djati Bandung angkatan 2022 (variabel Y).
 - 12) Hasil uji regresi diinterpretasikan berdasarkan nilai signifikansi (Sig.) dan koefisien determinasi (R^2) untuk menjelaskan kekuatan pengaruh antarvariabe