

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Mengingat keterbukaan arus informasi yang begitu cepat seperti saat ini, penyebaran berita palsu mengenai COVID-19 menjadi tantangan berikutnya yang perlu kita hadapi saat masa pandemi COVID-19. Sejumlah penelitian terbaru menyatakan bahwa masih banyak orang di Indonesia belum mendapatkan informasi akurat terkait COVID-19. Menurut Juru Bicara Kemkominfo Dedi Permadi, terdapat 3.690 permintaan *takedown* sebaran informasi hoaks COVID-19 di media sosial. Sejumlah 3.075 di antaranya didominasi pada platform Facebook, 540 pada Twitter, 49 pada Youtube, dan sisanya sejumlah 26 di Instagram (Anam, 2021).

Hoaks sendiri didefinisikan sebagai berita yang mengandung fakta yang tidak akurat atau salah, yang kemudian disajikan sebagai fakta yang sah (Zannettou et al., 2019), sementara berita palsu dimaknai sebagai artikel berita yang secara sengaja dan dibuktikan salah, serta dapat menyesatkan pembacanya. Umumnya berita palsu berasal dari sejumlah jenis situs website yang dibuat sepenuhnya untuk memproduksi artikel yang sengaja dibuat-buat dan menyesatkan, serta menggunakan nama-nama website yang menyerupai organisasi berita yang sah (Allcott & Gentzkow, 2017). Di tengah krisis pandemi COVID-19, WHO mengeluarkan istilah 'infodemik' yang dimaknai sebagai

kelimpahan informasi yang menyulitkan untuk ditemukan sumber yang dapat dipercaya serta panduan yang mampu diandalkan. Pada dasarnya istilah ini telah diungkapkan oleh Rothkopf yang mendefinisikan infodemik sebagai campuran dari sejumlah fakta atau informasi yang akurat dengan kebenaran dan sentiman yang tidak pasti serta meragukan yang menyebar luas. Dalam hal ini WHO meluncurkan interpretasi yang lebih kontemporer mengenai masalah yang timbul di tengah krisis pandemi dengan memfokuskan sejumlah besar informasi yang berlebihan dan campuran dari keduanya yang akurat dan sama sekali tidak akurat (Dang, 2021).

Dewasa ini penyebaran informasi-informasi palsu seputar COVID-19 menjadi fenomena yang terjadi di berbagai macam daerah di Indonesia. Fenomena ini tidak hanya sekadar menimbulkan kekhawatiran karena informasinya yang tidak benar, namun pada beberapa insiden menyebabkan hilangnya nyawa. Di Indonesia sendiri misalnya, seorang anak mengaku bahwa ayahnya meninggal setelah meyakini hoaks terkait Corona dari penjelasan dr. Lois. Ia mengatakan bahwa ayahnya termakan hoaks vaksin haram dan menolak mengkonsumsi obat saat terpapar virus Corona akibat pengaruh oleh paparan dr. Lois Owien, yang mana menolak fakta adanya pandemi COVID-19 serta mengatakan bahwa interaksi obat menjadi penyebab orang meninggal dunia (Permana, 2021).

Sebuah studi baru yang diterbitkan di *American Journal of Topic Medicine and Hygiene* menunjukkan bahwa misinformasi tentang virus Corona telah

menyebabkan kematian sekitar 800 orang telah meninggal, 5.876 telah dirawat di rumah sakit dan 60 telah mengalami kebutaan total setelah minum metanol sebagai obat virus corona (Islam et al., 2020). Rumor dan mitos semacam ini bukan menjadi yang pertama. Pada awal epidemi HIV, desas-desus bahwa HIV tidak ada dan pengobatannya beracun bagi manusia mengakibatkan orang menolak terapi antiretroviral di Afrika Selatan. Teori konspirasi dan misinformasi semacam itu mungkin telah menghambat kemampuan petugas kesehatan untuk mengkomunikasikan tentang manajemen wabah dan langkah-langkah pengendalian wabah.

Pandemi COVID-19 diwarnai oleh disinformasi yang didominasi dengan informasi di bidang kesehatan. Disinformasi tersebut dapat diklasifikasikan menjadi 3 subkategori meliputi karakteristik COVID-19, cara pencegahan COVID-19, dan berita tentang penemuan COVID-19 di moda transportasi umum seperti pesawat, kapal, dan pelabuhan (Bafadhal & Santoso, 2020). Informasi palsu juga muncul dalam bentuk teori konspirasi yang menyampaikan bahwa virus diproduksi sebagai senjata biologis dan fundamentalis agama yang menuturkan misinformasi bahwa dengan berdoa menjadikan kita tidak terdampak COVID-19 (Barua et al., 2020). Salah satu hoaks yang ramai beredar yakni air rebusan bawang putih sebagai solusi penyembuhan virus Corona. Narasi tersebut bahkan menyatakan berapa banyak takaran yang diperlukan untuk membuat air rebusan bawang putih sebagai obat virus Corona. Berdasarkan penjelasan Kementerian Kesehatan Republik Indonesia hingga saat ini belum ada studi ilmiah yang mampu membuktikan bahwa mengkonsumsi air rebusan bawang

putih dapat mengobati pasien virus Corona. Hal serupa juga disuarakan oleh World Health Organization (WHO) melalui laman resminya yang menyatakan bawang putih adalah makanan yang kemungkinan mempunyai muatan yang bersifat mikroba (Salsabila, 2021).

Pada dasarnya masalah informasi palsu di Indonesia sudah ada sejak beberapa tahun silam. Menurut Harry Sufehmi, pendiri MAFINDO, hoaks di Indonesia mulai melambung sejak pemilihan presiden tahun 2014 yang mana disebabkan oleh peningkatan polarisasi politik, penurunan kualitas jurnalisme, dan rendahnya literasi digital masyarakat (Kurglinsky, 2021). Hal ini kemudian semakin memanas saat kontestasi politik Pilkada 2017 DKI Jakarta dan berlanjut hingga Pilpres 2019 lalu. Menurut Septiaji Eko selaku Ketua Presidium Masyarakat Anti Fitnah (MAFINDO), kemunculan pandemi memang telah menimbulkan polarisasi masyarakat yang terbagi menjadi dua, yaitu kubu rasional yang berlandaskan pada kaidah ilmiah dan kubu denial yang mengasumsikan bahwa pandemi COVID-19 bukan menjadi suatu isu yang perlu diseriusi. Polarisasi itu kemudian semakin tajam, utamanya pada mereka yang menganggap sepele pandemi COVID-19 hingga menganggap industri kesehatan seperti industri farmasi dan rumah sakit sebagai sumber permasalahan (Bernie, 2021).

Penggunaan internet di Indonesia meningkat secara signifikan sejak dinyatakan virus COVID-19 sebagai pandemi oleh WHO. Menurut Jamalul Izza, Ketua Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), jumlah pengguna internet di Indonesia hingga kuartal kedua 2020 meningkat menjadi

73,7 persen dari populasi atau setara dengan 196,7 juta pengguna (Elfira & Indrawan, 2020).

Studi baru yang dilakukan oleh We Are Social dan Hootsuite mengungkapkan bahwa masyarakat Indonesia gemar berselancar di media sosial. Hingga Januari 2018, tercatat sebanyak 130 juta masyarakat Indonesia secara aktif bermain di berbagai macam media sosial meliputi Facebook, Twitter, dan Instagram (Laksana, 2018). Media sosial menyediakan wadah bagi penggunanya untuk saling berkomunikasi secara terbuka dengan latar belakang dan kepentingan yang berbeda-beda. Hal ini yang kemudian menjadikan media sosial menjadi wahana yang efektif serta efisien untuk menyebarkan informasi, baik informasi yang akurat maupun informasi yang salah (Ferdawan et al., 2019).

Media sosial dikritik sebagai platform yang kerap disalahgunakan sebagai medium penyebarluasan informasi yang salah seputar kesehatan. Banyaknya informasi tidak jelas yang menjamur di media sosial tak jarang menimbulkan kepanikan dan kebingungan di tengah masyarakat (Dida et al., 2021). Sebagai platform yang membebaskan penggunanya, penyebaran data dan informasi di media sosial berlangsung sangat cepat, masif, dan intens, akibatnya banyak informasi yang tidak akurat, dibelokkan, hingga menyebabkan efek nyata dalam waktu yang singkat (Dialani, 2020). Penggunaan media sosial pada masa krisis memang memiliki potensi dalam menyebarkan informasi yang salah dan rumor palsu sebagai upaya memancing dan mendorong perilaku yang salah (Bolton & Hoefnagels, 2017). Hal ini berarti setiap orang yang memiliki

perangkat yang terhubung ke internet dan mampu mengoperasikan media sosial berpotensi menjadi distributor informasi palsu.

Generasi milenial diharapkan dapat menjadi kelompok kunci dalam konteks pandemi ini dan berbagi tanggung jawab bersama, baik untuk membantu menghentikan penularan virus COVID-19 maupun turut berkontribusi dalam menghentikan penyebaran informasi palsu seputar COVID-19. Sebagai generasi yang tumbuh dan berkembang mengikuti perubahan teknologi membuat mereka semakin waspada terhadap perubahan-perubahan besar, tak terkecuali pada perubahan arus informasi. Menurut Martin dan Tulgan (2002), generasi milenial merujuk pada kelompok individu yang lahir pada tahun 1978-2000. Berbeda dengan generasi lainnya, generasi ini lebih makmur, berpendidikan, serta lebih beragam secara etnis. Mereka juga mempunyai kemampuan bawaan dalam menggunakan teknologi, *multitasking* saat menggunakan berbagai macam media digital serta menuntut interaktivitas dalam mengkonstruksikan pengetahuan (Reeves & Oh, 2008).

Generasi milenial secara aktif berpartisipasi dan kontribusi pada pembuatan konten serta menunjukkan ketertarikan mereka pada media sosial, baik digunakan untuk mencari hiburan maupun informasi. Generasi ini juga dicirikan dengan karakter yang lebih skeptis dan terbuka, mengingat mereka dibesarkan pada lingkungan yang transparan dan dominasi teknologi yang tinggi (Bolton & Hoefnagels, 2017). Mereka memanfaatkan internet sebagai sumber informasi utama, cenderung menghabiskan lebih banyak waktu untuk

menggunakan media sosial yang mana berada pada kategori *heavy user* dengan pemakaian 4 hingga 6 jam per hari dan *addicted user* dengan pemakaian di atas 7 jam per hari, serta lebih terbuka dalam hal pola komunikasi jika dibandingkan dengan generasi sebelumnya (Ahmad, 2020). Berdasarkan Cassandra Report pada tahun 2014, sebanyak 77 persen dari generasi milenial berpikir penting bagi mereka untuk diberi tahu akan urusan dan informasi terkini dan sebanyak 60 persen menyatakan bahwa mereka mengandalkan platform media sosial untuk memperbarui informasi terkini (Lad et al., 2020).

Namun pada temuan lain menyatakan fakta bahwa kemampuan literasi media pada generasi milenial di era digital masih belum baik (SARI, 2019). Fakta ini didukung oleh penelitian yang mengungkapkan bahwa nilai indeks literasi digital pada generasi milenial di Kabupaten Bandung, Jawa Barat masih mencapai kategori *intermediate* dengan angka 62,56 (Nasionalita & Nugroho, 2020) dan studi lain yang menunjukkan adanya kontribusi dalam menyebarkan hoaks baik sengaja maupun tidak pada generasi milenial (Raharjo et al., 2020).

Global survei yang dilakukan oleh University of Melbourne, World Health Organization (WHO), Wunderman Thompson, dan Pollfish pada tahun 2021 mengungkapkan bahwa Gen Z dan milenial kemungkinan besar akan membagikan konten ilmiah di jaringan media sosial mereka dengan persentase sebesar 43.9 persen, 59,1 persen menunjukkan kesadaran kuat akan fake news (WHO, 2021). Namun sebanyak 35 persen dari keseluruhan sampel mengatakan bahwa mereka mengabaikan isinya, 25 persen mengatakan bahwa mereka melaporkan konten, 19

persen mengomentari konten, 8,6 persen berhenti mengikuti orang tersebut, dan 7 persen membagikan konten, sementara 5 persen lainnya mengatakan bahwa mereka tidak tahu (W. Thompson & Volkmer, 2021). Temuan ini diperkuat oleh survei yang dilakukan Ipsos yang mengungkapkan bahwa generasi millennial kemungkinan besar mengakui bahwa mereka tertipu oleh cerita palsu. Sebanyak 6 dari 10 responden millennial menyatakan bahwa dirinya menjadi korban berita palsu, yang lebih rendah dari jumlah Generasi X (59 persen) dan Baby Boomers (50 persen) (Ferrerias, 2019).

Di sisi lain laporan Katadata menunjukkan bahwa literasi digital di Indonesia belum mencapai tingkat yang diinginkan dengan indeks skor tertinggi 5, sementara indeks literasi digital Indonesia hanya mencapai 3.47 (Sari, 2021). Melalui survei tersebut menunjukkan sebanyak 30 persen hingga 60 persen menyatakan pernah mendapat terpaan hoaks, dan sebanyak 11 persen pernah menyebarkan hoaks sebab tidak memikirkan kebenaran informasi tersebut. Literasi digital dianggap sebagai unsur penting sebagai solusi penyebaran disinformasi. Ditemukan banyak dari mereka yang tidak memiliki kemampuan dalam mendeteksi pesan terutama jika pesan tersebut berasal dari sumber yang tidak terpercaya. Sebaliknya, mereka yang memiliki kompetensi literasi digital media yang lebih tinggi lebih mungkin terlibat untuk mengelaborasi pesan daripada yang didorong oleh heuristik (Buchanan, 2020). Temuan ini didukung oleh hasil penelitian yang mengungkapkan bahwa kemampuan literasi digital dapat membantu individu membedakan antara berita nyata dan hoaks, serta terhindar dari hoaks, baik berupa berita atau pun informasi (Mujtahid et al., 2021).

1.2 Rumusan Masalah

Informasi palsu seputar COVID-19 menjadi masalah yang perlu dihadapi oleh hampir sebagian masyarakat dunia di masa pandemi COVID-19. Bersamaan dengan kehadiran berbagai misinformasi dan disinformasi tentang COVID-19, media sosial kini menjadi media utama yang digunakan oleh masyarakat, terutama bagi generasi milenial, baik dalam berkomunikasi maupun mencari informasi. Derasnya arus informasi yang tersebar di media sosial menjadikannya sebagai sumber penyebaran informasi palsu mengenai COVID-19. Penelitian sebelumnya mengungkapkan bahwa konsumsi media sosial pada masa krisis seperti ini berpotensi dalam upaya penyebarluasan informasi yang salah sehingga setiap pengguna media sosial berpotensi sebagai penyebar informasi palsu.

Generasi milenial sebagai generasi yang tumbuh bersama teknologi dan menggunakan media sosial secara aktif, baik sebagai informasi maupun hiburan, diharapkan dapat berkontribusi dalam upaya mengurangi penyebaran informasi palsu seputar COVID-19. Namun ditemukan fakta bahwa kemampuan literasi media pada generasi milenial dinilai masih belum baik dan bahkan berkontribusi dalam penyebaran informasi palsu.

Berdasarkan permasalahan tersebut, maka penelitian ini dilakukan untuk mengetahui Apakah terdapat Hubungan antara Tingkat Kompetensi Literasi Digital dan Intensitas Konsumsi Media Sosial dengan Tingkat Kerentanan Generasi Milenial dalam Mempercayai Informasi Palsu tentang COVID-19?"

1.3 Tujuan Penelitian

1. Mengetahui hubungan antara tingkat kompetensi literasi digital dengan tingkat kerentanan generasi milenial dalam mempercayai informasi palsu tentang COVID-19
2. Mengetahui hubungan antara intensitas konsumsi media sosial dengan tingkat kerentanan generasi milenial dalam mempercayai informasi palsu tentang COVID-19
3. Mengetahui hubungan antara tingkat kompetensi literasi digital dan intensitas konsumsi media sosial dengan tingkat kerentanan generasi milenial dalam mempercayai informasi palsu tentang COVID-19

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Akademis

Hasil penelitian ini diharapkan mampu mengkaji hubungan tingkat kompetensi literasi digital dan intensitas konsumsi media sosial dengan tingkat kerentanan generasi milenial pada penyebaran informasi palsu tentang COVID-19 dan mampu melihat bagaimana konsistensi penelitian-penelitian sebelumnya dengan hipotesis yang sama.

1.4.2 Manfaat Praktis

Memberi gambaran kepada lembaga pemerintah seperti Kemenkominfo RI, Dinas Komunikasi dan Informatika, komunitas mahasiswa dan lembaga-

lembaga lainnya yang bergerak di bidang literasi digital seperti Siberkreasi dan Japelidi (Jaringan Pegiat Literasi Digital) mengenai strategi yang tepat untuk meningkatkan kompetensi literasi digital media pada generasi milenial di Indonesia sebagai upaya untuk memerangi penyebaran informasi palsu tentang COVID-19.

1.4.3 Manfaat Sosial

Memberi dan meningkatkan kesadaran kepada masyarakat, khususnya generasi milenial, akan pentingnya literasi digital dan mengurangi penyebaran informasi palsu khususnya tentang COVID-19.

1.5 Kerangka Teori

1.5.1 Paradigma Penelitian

Paradigma dalam penelitian ini adalah paradigma positivisme atau positivistik. Paradigma positivisme yakni paradigma yang bertujuan untuk menghasilkan asosiasi penjelas atau hubungan sebab akibat yang pada akhirnya mengarah pada prediksi dan pengendalian fenomena yang berkaitan. Dalam penelitian ini penulis berfokus pada tiga variabel, yaitu Tingkat Kompetensi Literasi Digital, Intensitas Konsumsi Media Sosial, dan Tingkat Kerentanan Generasi Milenial dalam Mempercayai Informasi Palsu tentang COVID-19.

Penelitian yang menggunakan paradigma ini mengandalkan logika deduktif, perumusan hipotesis dengan menawarkan definisi operasional dan

persamaan matematis, perhitungan, ekstrapolasi dan ekspresi, untuk mendapatkan kesimpulan. Hal ini bertujuan untuk memberikan penjelasan dan membuat prediksi berdasarkan hasil yang terukur. Dengan melihat hubungan sebab akibat antara variabel membantu memberikan gambaran statistik yang spesifik dan membantu mengembangkan model kausal. Metode penelitian positivis memungkinkan peneliti untuk mereplikasi hasil untuk sub populasi yang berbeda dan nantinya akan membantu untuk menggeneralisasi temuan penelitian ke populasi.

1.5.2 State of The Art

Penyusunan penelitian ini mengambil studi-studi yang telah dilakukan sebelumnya termasuk beberapa jurnal yang berhubungan dengan topik penelitian ini.

Mitigating infodemics: The relationship between news exposure and trust and belief in COVID-19 fake news and social media spreading dalam PLOS ONE oleh Jad Melki, Hani Tamim, Dima Hadid, Maha Makki, Jana El Amine, Eveline Hitti tahun 2021. Penelitian ini mengkaji peran legacy media dan media sosial, serta komunikasi interpersonal dalam mengurangi infodemik dengan menggunakan konstruksi teoritis yang kuat dari komunikasi, termasuk paparan selektif, kepercayaan media, dan literasi media. Penelitian ini menggunakan *cross-sectional surveys* melalui telepon dengan responden orang dewasa yang tinggal di Lebanon. Penelitian ini mengungkapkan bahwa mereka yang percaya pada mitos COVID-19 dan

informasi palsu cenderung tidak terlibat dalam praktik posting media sosial yang kritis dan mereka yang berpendidikan tinggi serta mempercayai sumber informasi dari pemerintah cenderung tidak percaya pada informasi dan mitos palsu. Selain itu, kepercayaan pada mitos COVID-19 dan informasi palsu berkontribusi pada berkurangnya keterlibatan dalam praktik verifikasi kritis untuk berbagi media sosial. dan menunjukkan bahwa hanya pelatihan literasi media yang mampu meningkatkan praktik verifikasi kritis untuk berbagi media sosial.

Consumer's participation in information related activities on social media dalam PLOS ONE oleh Su-Jung Nam dan Hyesun Hang tahun 2021. Penelitian ini bertujuan untuk memeriksa dampak literasi digital, kebutuhan kognisi, dan *self-esteem* pada perilaku terkait informasi seperti membuat konten, membagikan informasi, dan memberikan feedback pada informasi. Penelitian ini menggunakan metode survei yang dilakukan oleh Korean Media Panel (KMP) of the Korea Information Society Development Institute (KISDI), lembaga yang berafiliasi dengan pemerintah dengan tujuan mengembangkan infrastruktur komunikasi dengan mengumpulkan, mensurvei, dan meneliti berbagai data dan informasi tentang kebijakan dan bisnis TI. Pada penelitian ini menunjukkan bahwa untuk mengoperasikan media sosial secara efektif, maka konsumen perlu menguasai literasi digital, termasuk kemampuan untuk melibatkan diri pada data elektronik, serta kemampuan untuk menemukan dan menilai secara kritis, valid, dan akurat, dan kesesuaian informasi yang diakses.

The Role of Digital Literacy on Online Opportunity and Online Risk in Indonesian Youth dalam *Asian Journal for Public Opinion Research* oleh Amia Luthfia, Daru Wibowo Maria Anggia Widyakusumastuti, dan Mia Angeline tahun 2021. Penelitian ini bertujuan untuk menguji hubungan antara literasi digital, peluang online, dan risiko online bagi kaum muda. Penelitian ini menggunakan pendekatan studi kuantitatif dengan survei *cross-sectional* dan kuesioner terstruktur untuk pengumpulan data. Populasi penelitian ini terdiri dari 1.325.440 pemuda berusia 17 sampai 24 tahun dari provinsi Jakarta dan Yogyakarta pada 15 Oktober hingga 30 November 2020. Hasil temuan penelitian ini menunjukkan bahwa literasi digital memiliki peran penting dan menunjukkan adanya hubungan kuat antara peluang online dengan literasi digital dengan nilai korelasi signifikan sebesar 0,01.

Ketiga penelitian di atas menunjukkan adanya hubungan antara literasi digital dengan praktik bermedia sosial yang kritis dan pengaruh positif pada peluang online. Dibandingkan penelitian-penelitian sebelumnya, penelitian ini akan mengkaji variabel yang berbeda, yakni dengan melihat hubungan tingkat kompetensi literasi digital dan intensitas penggunaan sosial media dengan tingkat kerentanan generasi milenial dalam mempercayai informasi palsu tentang COVID-19.

1.5.3 Tingkat Kompetensi Literasi Digital

Istilah literasi digital mulai digunakan sejak tahun 1997 oleh Paul Gilster yang menggarisbawahi akan keterampilan berpikir kritis di samping keterampilan teknologi informasi (Astuti, 2021). Mengacu pada gagasan ini,

literasi digital dibangun atas tiga prinsip yang meliputi keterampilan dan pengetahuan mengakses dan mengoperasikan perangkat hardware dan aplikasi software, kecakapan menganalisis dan menguasai secara kritis akan konten dan aplikasi digital, dan kemampuan untuk berkreasi menggunakan teknologi digital. Berangkat dari ketiga prinsip tersebut, European Commission memaknai kompetensi digital secara komprehensif sebagai pengetahuan, sikap, dan keterampilan yang dibutuhkan dalam penggunaan Teknologi Informasi Komputer dan media digital untuk melaksanakan sejumlah pekerjaan seperti memecahkan masalah, menyampaikan dan mengelola informasi, berkolaborasi, berbagi konten, serta membangun pengetahuan secara efektif, efisien, tepat, kritis, kreatif, mandiri, fleksibel, etis, reflektif untuk keperluan bekerja, partisipasi, belajar, bersosialisasi, mengkonsumsi, dan pemberdayaan (Coffin Murray & Pérez, 2014).

Eshet-Alkalai mengusulkan kerangka konseptual literasi digital dengan menyatukan lima jenis literasi meliputi: (1) *photo visual literacy*; (2) *reproduction literacy*; (3) *information literacy*; (4) *branching literacy*; dan (5) *socio-emotional literacy*. Melalui tinjauan literatur, pengamatan, dan pengalaman dalam merencanakan lingkungan digital bagi orang dewasa dan anak-anak, menunjukkan bahwa jenis literasi digital ini mencakup sebagian besar keterampilan kognitif yang diterapkan saat menggunakan lingkungan digital (Eshet-alkalai, 2004). Konsep ini kemudian disempurnakan oleh Ester van Laar sebagai kemampuan digital abad 21 yang meliputi tujuh

keterampilan inti meliputi teknis, manajemen informasi, komunikasi, kolaborasi, kreativitas, berpikir kritis, dan penyelesaian masalah, dan lima kemampuan kontekstual yang meliputi kesadaran etis, kesadaran budaya, fleksibilitas, *self-direction*, dan pembelajaran sepanjang hayat (van Laar et al., 2017).

Literasi digital juga dapat didefinisikan sebagai kemampuan untuk mengakses, mengelola, memahami, mengintegrasikan, mengkomunikasikan, mengevaluasi, dan menciptakan informasi secara aman dan tepat melalui teknologi digital untuk ketenagakerjaan, pekerjaan yang layak, dan *entrepreneurship*. Hal ini kemudian memuat kompetensi yang secara beragam yang kemudian dikenal sebagai literasi komputer, literasi TIK, literasi informasi dan literasi media (Law et al., 2018). Literasi digital melibatkan sejumlah interaksi yang didorong dengan sumber informasi dan produk dalam konteks digital, meliputi kemampuan untuk mendefinisikan dan menetapkan tujuan untuk pencarian dan pengambilan informasi, akses yang berhasil ke materi yang relevan, mengevaluasi kualitas sumber yang diambil dan keandalannya, menyusun sumber-sumber informasi yang terkandung di dalamnya dalam suatu skema yang sesuai dengan tujuan, memahami informasi yang bervariasi dan berpotensi saling bertentangan dengan mengintegrasikan berbagai sumber, dan menggunakan pemahaman terpadu itu untuk menjawab pertanyaan, memecahkan masalah, atau menciptakan produk digital yang memanfaatkan informasi secara efektif (Astuti, 2021).

Van Deursen dan Van Dijk mengukur keterampilan literasi digital menggunakan tiga ranah, yaitu: (1) Operasional meliputi kemampuan mengoperasikan media digital, (2) Formal meliputi kemampuan menangani struktur khusus dalam media, dan (3) Informasional meliputi kemampuan untuk mencari, memilah, serta menilai informasi di media digital (van Deursen, Alexander et al., 2014). Kemudian mereka menambahkan dua ranah lainnya yaitu *Communication skills* dan *Content Creation skills*. Hasil temuan Van Deursen menunjukkan bahwa dalam evolusi jejaring sosial, keterampilan komunikasi menjadi semakin penting dan berpotensi mencapai tingkat independensi yang tinggi saat menggunakan internet untuk tujuan tertentu (van Deursen et al., 2014). Mereka juga mempertimbangkan *Content Creation skills* sebagai kemampuan untuk membuat konten dengan kualitas serta dapat diterima dan dipublikasikan di internet, baik dalam format tekstual, gambar, musik, hingga video (van Deursen et al., 2016).

1.5.4 Intensitas Konsumsi Media Sosial

Media sosial merupakan teknologi interaktif yang dimediasi oleh komputer dengan memfasilitasi pembuatan konten dalam berbagai format, berbagi informasi, minat, dan bentuk ekspresi lain melalui jaringan virtual. Ketika individu terlibat pada layanan ini, mereka membangun platform di mana mereka baik secara individu maupun kelompok dapat berbagi, berpartisipasi, hingga memodifikasi konten yang diciptakan oleh pengguna maupun dikuratori sendiri secara (Nam & Hwang, 2021).

Intensitas penggunaan media sosial dipahami sebagai aktivitas aktual yang dilakukan oleh pengguna dan sejauh mana pengguna secara aktif terlibat pada jejaring sosial (Wirtz et al., 2017). Dalam hal ini penggunaan media sosial telah menjadi bagian dari hidup kita sebagai alat komunikasi yang berdasar pada konsep Web 2.0 serta memberi kemungkinan pada penciptaan dan pertukaran konten bagi pengguna (Lin et al., 2012). Sebagai konsekuensi dari penggunaan media sosial dalam dekade terakhir, orang-orang berupaya untuk memperoleh informasi dari publik sebagai informasi tambahan dari media tradisional. Penggunaan istilah media sosial yang mengacu pada aplikasi berbasis Web 2.0 dapat diartikan bahwa konten dan aplikasi tidak lagi diproduksi oleh individu melainkan secara terus menerus akan dimodifikasi oleh semua pengguna secara partisipatif dan kolaboratif (Hruska & Maresova, 2020). Sebelumnya istilah penggunaan media sosial merujuk pada waktu yang dihabiskan (jam atau menit per hari), durasi penggunaan, atau frekuensi penggunaan. Namun melihat perubahan yang konstan pada banyak platform media sosial, penting bagi kita untuk mengembangkan alat ukur yang lebih handal dan akurat untuk memeriksa bagaimana orang terlibat dalam dunia media sosial serta mengidentifikasi karakteristik pengguna media sosial (Hou, 2017).

Banyaknya ketersediaan informasi yang tersaji pada media sosial menyebabkan penggunaannya secara rutin dihadapkan oleh konten berita. Hal tersebut kemudian menjadikan konsumsi berita menjadi bagian yang paling besar dalam penggunaan media sosial (Aral & Zhao, 2019). Dalam hal ini Gil

de Zuniga membuat pengukuran penggunaan media sosial untuk mendapatkan berita menggunakan empat item untuk melihat sejauh mana penggunaan media sosial dalam membantu individu memperoleh berita (Gil de Zúñiga, 2012). Faktor lain yang mendorong penggunaan media sosial yaitu kebutuhan untuk memperoleh informasi untuk memenuhi kebutuhan kognitif individu. Pengguna yang bergantung pada informasi di media sosial dapat lebih terkait dengan informasi berorientasi akurasi, serta berusaha memahamai sepenuhnya situasi saat ini dengan pengetahuan yang akurat (Lee & Choi, 2018). Lee Jiyong membuat pengukuran konsumsi media sosial dalam menemukan fakta menggunakan empat skala Likert berupa pernyataan bagaimana penggunaan individu dalam mencari fakta di media sosial (Lee, 2020).

Ellison juga membuat pengukuran intensitas penggunaan media sosial dengan mencakup serangkaian pertanyaan sikap menggunakan skala Likert yang dirancang untuk mengukur jumlah waktu yang dihabiskan di media sosial, mengetahui sejauh mana individu terhubung secara emosional ke media sosial, serta sejauh mana media sosial diintegrasikan ke dalam aktivitas sehari-harinya (Ellison, 2007). Selanjutnya, Jenkins-Guarnieri mengembangkan Social Media Use Integration Scale (SMUIS) untuk melihat perilaku sosial dan rutinitas sehari-hari pengguna media sosial serta mengukur hubungan emosional dengan penggunaan media sosial (Jenkins-Guarnieri et al., 2013). Pengukuran SMUIS ini dihasilkan melalui skala Likert yang terdiri

dari dua dimensi, yaitu Social Integration and Emotional Connection (SIEC) dan Integration into Social Routines (ISR) (Maree, 2017).

1.5.5 Tingkat Kerentanan dalam Mempercayai Informasi Palsu

Dalam hal ini kerentanan mengacu pada mereka yang mudah mempercayai dan terpengaruh oleh informasi yang tidak dapat dipercaya dan salah. Setiap individu memiliki perbedaan dalam berpikir serta bernalar. Hal ini kemudian memodulasi kecenderungan masing-masing individu untuk mempercayai berita palsu. Kemampuan untuk mengenali berita palsu dan berita asli juga berkaitan dengan mekanisme dalam pemecahan masalah. Pandangan ini didukung dalam demonstrasi belakangan ini yang mengungkapkan bahwa mereka yang memberikan informasi palsu tentang COVID-19 disebabkan oleh kegagalan berpikir cukup akan keakuratan konten berita (Salvi et al., 2020).

Pada umumnya individu berkeinginan untuk menghindari penyebaran informasi yang salah dan memang kerap kali mampu membedakan kebenaran dan kepalsuan informasi. Akan tetapi mereka mereka tetap membagikan konten yang salah dan menyesatkan akibat konteks media sosial memusatkan perhatian mereka pada faktor-faktor selain akurasi. Pada akhirnya mereka teralihkan dengan tidak mempertimbangkan preferensi akurasi saat membagikan berita dan justru membagikan konten yang menyesatkan (Pennycook et al., 2020).

Tandoc (2018) menggunakan kerangka pendekatan dua langkah untuk otentikasi yang melibatkan aktivitas internal dan eksternal. Bagi Tandoc, semula individu akan mencari penanda kredibilitas di dalam cerita (pesan, sumber, gaya) dan di dalam diri mereka sendiri. Jika kepercayaan internal tidak mampu untuk “mencap” cerita sebagai otentik, maka individu akan bergerak di luar item berita dan di luar pengalaman mereka untuk mencari validasi (Tandoc et al., 2018).

Beberapa penelitian yang telah dilakukan mengembangkan pengukuran kerentanan terhadap berita palsu dengan menyediakan tajuk berita atau unggahan media sosial berupa teks atau gambar, kemudian responden menilai keandalan, keinginan untuk berbagi, dan tingkat akurasi suatu informasi pada skala Likert. Lalu peneliti mengambil rata-rata peringkat item atau menghitung perbedaan antara peringkat item yang benar dan yang salah. Sehingga pada akhirnya hasil ukuran yang diklaim berdasarkan pada perubahan peringkat berita palsu dan perubahan gabungan dalam peringkat berita benar dan peringkat berita palsu (Mcclanahan, n.d.). Jerald mengukur kerentanan menggunakan 10 pertanyaan terkait tingkat kerentanan mereka terhadap berita palsu. Pertanyaan-pertanyaan tersebut mengacu pada sikap dan keputusan yang dilakukan oleh responden saat membaca berita palsu (Moneva et al., 2020).

1.5.6 Hubungan Tingkat Kompetensi Literasi Digital dengan Tingkat Kerentanan dalam Mempercayai Informasi Palsu

Beberapa studi yang dilakukan di berbagai negara telah meneliti hubungan antara kemampuan literasi digital dengan tingkat kerentanan dalam mempercayai informasi palsu dengan temuan yang sama. Penelitian yang dilakukan oleh Institute of Policy Studies (IPS) pada tahun 2021 yang melibatkan sebanyak 2,011 warga Singapura menyatakan bahwa kelompok yang rentan terhadap informasi palsu terdiri dari orang-orang yang lebih tua, tinggal di perumahan umum, memiliki kepercayaan lebih tinggi pada situs berita, dan memiliki literasi digital yang lebih rendah. Penelitian ini mengidentifikasi pengguna informasi di Singapura menjadi empat kategori: (1) “*informationally disengaged*”; (2) “*informationally overconfident*”; (3) “*informationally diffident*”; dan (4) “*informationally savvy*”. Responden yang diklasifikasikan “*informationally savvy*” memiliki tingkat *self efficacy* yang lebih tinggi dan literasi digital yang lebih tinggi, sehingga membuat mereka menjadi kelompok yang paling tidak rentan terhadap informasi palsu di antara berbagai jenis lainnya (Soon, Carol; Goh, 2021).

Hal yang sama juga ditemukan pada penelitian di Amerika yang mengungkapkan adanya korelasi antara literasi digital dengan kerentanan terhadap informasi yang salah. Penelitian ini melibatkan sebanyak 1.341 perempuan berkulit putih di Amerika dengan usia rata-rata 44 tahun. Meskipun penelitian ini tidak secara signifikan memprediksi ketajaman

dalam berbagi informasi, namun penelitian ini melihat bahwa keputusan pengguna dengan kemampuan literasi digital yang lebih tinggi akan lebih responsif akibat penilaian akurasi yang mendasarinya dikalibrasi dengan lebih baik. Hasil temuan penelitian ini juga menunjukkan bahwa literasi digital berguna untuk mengidentifikasi pengguna yang rentan terhadap informasi yang salah, baik untuk kepentingan pembentukan kebijakan atau platform media sosial (Sirlin et al., 2021).

Penelitian yang dilakukan oleh The Alan Turing Institute juga menemukan hubungan antara literasi digital dengan kerentanan yang lebih rendah terhadap informasi yang salah. Penelitian ini melibatkan sebanyak 1,765 partisipan yang tinggal di London, Inggris, dengan rentang usia 18 hingga 80 tahun. Hasil penelitian ini dibuktikan dengan responden yang memiliki literasi digital lebih tinggi melakukan sedikit kesalahan saat menilai pernyataan yang disediakan pada kuesioner (Alan Turing Institute, 2021). Selain itu, studi yang dilakukan Ridout (2020) juga menunjukkan bahwa dengan kemampuan literasi digital yang lemah, pengguna media sosial terutama anak muda rentan terhadap kampanye disinformasi dan bahaya online lainnya. Temuan ini didukung oleh laporan Telenor (2018) yang menyatakan sebanyak 78 persen pengguna internet di Myanmar memiliki kemampuan literasi digital yang buruk akibat minimnya pengalaman dengan media digital (Ridout et al., 2020).

Keterhubungan antara keterampilan literasi digital dengan tingkat kerentanan terhadap misinformasi juga ditunjukkan oleh penelitian yang dilakukan Wagner (2021). Dalam penelitiannya ia menginvestigasi empat kemungkinan mekanisme, yakni literasi online, keterampilan berpikir analitis, kepercayaan pada kedokteran, dan persepsi risiko untuk mengetahui sejauh mana pengaruhnya terhadap kepercayaan pada informasi yang salah. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa hanya literasi online yang menjelaskan kerentanan terhadap informasi yang salah tentang semua topik, serta menunjukkan bahwa kurangnya literasi media online atau digital memanifestasikan ketidakmampuan individu dalam membedakan sumber informasi online dengan kualitas tinggi dan rendah (Wagner, 2021).

Penelitian-penelitian di atas telah menunjukkan adanya keterkaitan antara tingkat kompetensi literasi digital dengan kerentanan mempercayai informasi palsu. Hal ini digunakan untuk menurunkan prediksi bahwa adanya hubungan antara Tingkat Kompetensi Literasi Digital (X1) dengan Tingkat Kerentanan dalam Mempercayai Informasi Palsu (Y).

1.5.7 Hubungan Intensitas Konsumsi Media Sosial dengan Tingkat Kerentanan dalam Mempercayai Informasi Palsu

Keterhubungan antara penggunaan media sosial dan kerentanan dalam mempercayai informasi palsu telah diteliti oleh sejumlah penelitian dengan hasil yang konsisten. Penelitian yang dilakukan oleh Nosharwan Arbab Abbasi dan Dianlin Huang pada tahun 2020 terhadap para remaja di

Islamabad, Pakistan, menunjukkan bahwa adanya peningkatan konsumsi berita media sosial dengan akses yang lebih tinggi ke internet dan perangkat seluler selama pandemi. Dengan meningkatnya penggunaan perangkat berkemampuan internet dan media sosial, remaja sangat rentan terhadap konten berita palsu. Berdasarkan hasil penelitian tersebut, remaja dengan usia 13-16 tahun memiliki pengetahuan yang kurang tentang berita palsu dan tidak mampu mengidentifikasi berita palsu (Arbab & Arbab Abbasi, 2020). Sementara penelitian lain yang hampir sama dilakukan di India oleh Manash Pratim Goswami dan Soubhagya Ranjan Padhi pada tahun 2021 ditemukan bahwa anak muda dengan usia 16 – 30 tahun yang sering meng-*update* diri tentang pandemi di media sosial sangat rentan terhadap berita palsu. Kerentanan terhadap berita palsu ini memiliki pengaruh hingga masalah psikologis seperti kecemasan, panik, kelelahan, hingga bunuh diri (Goswami & Puthiyakath, 2021).

Sejumlah studi di Amerika juga telah meneliti keterkaitan antara kompetensi literasi media dengan kerentanan terhadap informasi palsu. Penelitian pertama oleh Enders (2021) yang berjudul “The Relationship Between Social Media Use and Beliefs in Conspiracy Theories and Misinformation” menunjukkan adanya korelasi antara keyakinan teori konspirasi dan misinformasi dengan penggunaan 4 platform media sosial yang berbeda. Penelitian ini menunjukkan bahwa mereka yang terutama mencari berita di media sosial memiliki lebih banyak kepercayaan konspirasi daripada mereka yang mengkonsumsi media berita tradisional.

Selain itu, hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa semakin sering seseorang menggunakan platform media sosial, maka akan semakin banyak keyakinan konspirasi yang cenderung mereka pegang (Enders et al., 2021).

Kedua, penelitian yang dilakukan oleh Pew Research berjudul “How Americans Navigated the News in 2020: A Tumultuous Year in Review” menemukan bahwa orang-orang Amerika yang menggunakan platform media sosial untuk mencari berita lebih rentan untuk mempercayai rumor dan hoaks. Hal ini dibuktikan melalui survei yang dilakukan pada November 2019, menunjukkan bahwa orang Amerika yang beralih ke media sosial untuk mencari berita tidak mampu menjawab sembilan pertanyaan berbasis fakta tentang pengetahuan politik dengan benar (Mitchell et al., 2021).

Ketiga, penelitian yang dilakukan oleh Xiao (2021) berjudul “The dangers of blind trust: Examining the interplay among social media news use, misinformation identification, and news trust on conspiracy beliefs” menyatakan bahwa individu yang sangat bergantung pada media sosial serta mempercayai media sosial sebagai sumber informasi, sangat rentan terhadap teori konspirasi. Penelitian ini melibatkan sebanyak 760 orang dewasa di Amerika dengan menggunakan online survey melalui Amazon Mturk. Responden yang sering menggunakan media sosial dan percaya atas berita yang ditemukan di media sosial kemungkinan juga meyakini berita palsu mengenai COVID-19. Ketika orang-orang yang sangat bergantung pada

berita di media sosial memiliki kepercayaan yang tinggi, maka identifikasi informasi yang salah lebih tinggi dan menyebabkan keyakinan konspirasi COVID-19 yang lebih tinggi (Xiao, 2021).

Beberapa penelitian di atas telah membuktikan adanya korelasi antara penggunaan media sosial dengan dengan kerentanan mempercayai informasi palsu. Hal ini digunakan untuk menurunkan hipotesis bahwa terdapat hubungan antara Intensitas Konsumsi Media Sosial (X2) dengan Tingkat Kerentanan dalam Mempercayai Informasi Palsu (Y).

1.5.8 Hubungan Tingkat Kompetensi Literasi Digital dan Intensitas Konsumsi Media Sosial dengan Tingkat Kerentanan dalam Mempercayai Informasi Palsu

Keterkaitan antara kompetensi literasi digital dan intensitas penggunaan media sosial dengan kerentanan dalam mempercayai informasi palsu telah dikaji oleh Pathak & Patel (2020) melalui penelitian berjudul “Combating Fake News through Digital Media Literacy: Study on Digital Media Users of Bhopal City of India”. Studi ini melibatkan sebanyak 109 responden dengan rentang usia 20 – 40 tahun di Kota Bhopal, India. Penelitian ini menunjukkan intensitas konsumsi media sosial yang tinggi. Sebanyak 74 persen responden mempercayai media sosial sebagai platform untuk memperoleh segala jenis informasi, 13 persen responden mengandalkan platform media sosial, dan 13 persen lainnya sama sekali tidak mempercayai informasi dari media sosial. Sebagian besar responden

(69 persen) sama sekali tidak melakukan verifikasi atas informasi yang ia peroleh dari media sosial, sementara sebanyak 19 persen terkadang melakukan pemeriksaan informasi yang ia peroleh dari media sosial, dan sisanya mengaku seringkali melakukan verifikasi informasi dari media sosial.

Masifnya kemajuan teknologi nyatanya memang telah menjangkau hingga daerah dan komunitas marjinal di India, akan tetapi hal ini tidak diimbangi dengan etiket media digital dan literasi digital yang mumpuni, sehingga tak sedikit pengguna media sosial yang rentan terhadap berita palsu. Penelitian yang dilakukan oleh Pathak & Patel (2020) juga menunjukkan bahwa mayoritas responden (73 persen) membagikan informasi tanpa melakukan pemeriksaan ulang, sebanyak 79 persen mengatakan tidak dapat mengakui apakah mereka memiliki sikap verifikasi informasi atau tidak, dan sebanyak (93 persen) mengaku bahwa mereka tidak memiliki literasi digital untuk menghadapi tantangan digital. Dengan demikian penelitian ini mengungkapkan bahwa konsumsi media sosial yang tinggi tanpa diimbangi dengan kompetensi literasi digital yang mumpuni dapat mendorong kerentanan pengguna media sosial terhadap berita palsu (Pathak & Patel, 2020).

Penelitian tersebut telah membuktikan adanya korelasi antara kompetensi literasi digital dan intensitas penggunaan media sosial dengan kerentanan mempercayai informasi palsu. Hal ini digunakan untuk

menurunkan hipotesis bahwa terhadap hubungan antara Kompetensi Literasi Digital (X1) dan Intensitas Konsumsi Media Sosial (X2) dengan Tingkat Kerentanan dalam Mempercayai Informasi Palsu (Y).

1.6 Hipotesis

Adapun hipotesis yang akan dibuktikan dalam penelitian ini adalah:

H1 : Terdapat hubungan antara Tingkat Kompetensi Literasi Digital (X1) dengan Tingkat Kerentanan Generasi Milenial dalam Mempercayai Informasi Palsu COVID-19 (Y)

H2 : Terdapat hubungan antara Intensitas Konsumsi Media Sosial (X2) dengan Tingkat Kerentanan Generasi Milenial dalam Mempercayai Informasi Palsu COVID-19 (Y)

H3 : Terdapat hubungan antara Tingkat Kompetensi Literasi Digital (X1) dan Intensitas Konsumsi Media Sosial (X2) dengan Tingkat Kerentanan Generasi Milenial dalam Mempercayai Informasi Palsu COVID-19 (Y)

1.7 Definisi Konseptual

1.7.1 Tingkat Kompetensi Literasi Digital

Kemampuan untuk mengetahui, memahami, mengakses, menyatukan, dan mengevaluasi informasi secara aman melalui teknologi digital untuk mencapai maksud dan tujuan tertentu.

1.7.2 Intensitas Konsumsi Media Sosial

Aktivitas nyata dan keterlibatan pengguna di media sosial seperti Facebook, Instagram, dan Twitter untuk memenuhi kebutuhan memperoleh informasi, menemukan keakuratan informasi, serta hubungan emosional pada penggunaannya sehari-hari.

1.7.3 Tingkat Kerentanan Generasi Milenial dalam Mempercayai Informasi Palsu tentang COVID-19

Mengacu pada generasi milenial yang mudah percaya dan memiliki kecenderungan untuk mempercayai informasi palsu tentang COVID-19.

1.8 Definisi Operasional

1.8.1 Tingkat Kompetensi Literasi Digital

Kompetensi literasi digital diukur melalui lima bidang keterampilan dalam kerangka kerja yang telah disusun dan diturunkan oleh Van Deursen (van Deursen, Alexander et al., 2014)

a) Operational Internet Skills

Operating mobile internet

1. Saya tahu bagaimana cara mengkoneksikan jaringan Wi-Fi
2. Saya tahu bagaimana cara mengunduh aplikasi di perangkat seluler saya
3. Saya tahu bagaimana cara mematikan perangkat seluler saya

4. Saya tahu bagaimana cara melacak biaya penggunaan aplikasi seluler
5. Saya tahu bagaimana cara mengunduh aplikasi di perangkat seluler
Operating the internet environment
 1. Saya tahu bagaimana cara membuka tab baru di browser saya
 2. Saya tahu bagaimana cara pergi ke halaman sebelumnya saat menjelajah internet
 3. Saya tahu bagaimana penggunaan fungsi refresh
 4. Saya tahu bagaimana cara menggunakan kunci shortcut (CTRL-C for copy, CTRL-S for save)
 5. Saya tahu bagaimana cara menandai (bookmark) situs web
 6. Saya tahu bagaimana cara mengunduh berkas
 7. Saya tahu bagaimana cara mengunggah berkas
 8. Saya tahu bagaimana cara mengatur pengaturan privasi
 9. Saya tahu bagaimana cara mengunggah/menyimpan foto yang saya temukan secara online
 10. Saya tahu bagaimana cara membuka berkas yang sudah diunduh
 11. Saya tahu aplikasi atau software apa yang aman untuk diunduh
 12. Saya tahu bagaimana cara menghilangkan pop-ups atau iklan
 13. Saya tahu beberapa cara terbaik untuk menghindari virus komputer
 14. Jika terjadi masalah teknis saat saya menggunakan internet, saya biasanya tahu bagaimana memperbaiki masalahnya

Operating Internet-based search engines

1. Saya tahu bagaimana cara membuka alamat Web secara langsung tanpa menggunakan mesin pencarian seperti Google
2. Saya tahu bagaimana cara mengisi formulir online

b) Formal Internet Skills

1. Saya tidak merasa kesulitan dalam mengakses sebuah Website
2. Saya tahu di mana harus meng-klik untuk membuka halaman web yang berbeda
3. Saya merasa kesulitan untuk menemukan website yang saya kunjungi sebelumnya
4. Terkadang saya berakhir pada sebuah situs web tanpa mengetahui bagaimana cara saya bisa mengunjunginya
5. Semua layout situs web yang berbeda membuat saya sulit bekerja dengan Internet
6. Saya menemukan banyak Website dengan tampilan yang membingungkan
7. Saya merasa kelelahan saat mencari informasi online

c) Informational Internet Skills

1. Saya merasa mudah dalam menemukan informasi
2. Saya harus mengikuti pelatihan untuk mencari informasi secara online
3. Saya tahu bagaimana menggunakan berbagai strategi saat mencari informasi

4. Saya kesulitan dalam memutuskan kata kunci untuk digunakan dalam pencarian online
5. Saya percaya diri dalam memilih hasil pencarian saya di internet
6. Saya biasanya melihat lebih dari tiga hasil pencarian teratas
7. Terkadang saya sulit memverifikasi informasi yang telah saya ambil
8. Saya merasa percaya diri atas evaluasi saya dalam menentukan apakah situs Web dapat dipercaya
9. Saya biasanya membandingkan situs web yang berbeda untuk memutuskan apakah informasi itu benar
10. Saya hati-hati dalam mempertimbangkan informasi yang saya temukan secara online

d) Communicational Internet Skills

1. Saya tahu kapan saya harus membagikan dan tidak boleh membagikan informasi secara online
2. Saya berhati-hati untuk membuat komentar dan perilaku saya sesuai dengan situasi yang saya alami saat online
3. Saya tahu bagaimana cara mengatur siapa saja yang bisa melihat atau mengakses konten saya (teman, teman dari teman, atau publik)
4. Saya tahu bagaimana cara menghapus teman dari daftar kontak
5. Saya merasa percaya diri dalam menulis komentar pada blog, website, atau forum

6. Saya merasa nyaman memutuskan siapa yang saya ikuti secara online (pada layanan seperti Twitter atau Tumblr)
7. Saya tahu bagaimana menggunakan emoticons (smileys, emojis, atau text speak)
8. Saya tahu informasi apa yang harus saya bagikan dan tidak boleh saya bagikan secara online

e) Content Creation Internet Skills

1. Saya merasa percaya diri menempatkan konten video yang saya buat secara online
2. Saya merasa percaya diri menulis dan berkomentar secara online
3. Saya tahu bagaimana menciptakan sesuatu yang baru dari gambar, musik, atau video online yang ada
4. Saya tahu cara membuat perubahan mendasar (mengedit) konten yang dibuat orang lain
5. Saya tahu bagaimana merancang sebuah website
6. Saya tahu jenis lisensi yang berbeda yang berlaku untuk konten online

1.8.2 Intensitas Konsumsi Media Sosial

a) Penggunaan media sosial sehari-hari

Ellison mengukur sejauh mana pengguna terhubung secara emosional ke media sosial dan sejauh mana media sosial diintegrasikan ke dalam kehidupan sehari-hari penggunaannya (Ellison, 2007). Ia melihat

frekuensi penggunaan media sosial sehari-hari dan mengukur penggunaan media sosial melalui sejumlah pernyataan sikap skala Likert sebagai berikut:

1. Dalam satu minggu terakhir, rata-rata berapa jam per hari yang Anda habiskan di media sosial
 2. Media sosial merupakan bagian dari aktivitas saya setiap hari
 3. Saya bangga memberi tahu orang-orang bahwa saya ada di media sosial
 4. Media sosial menjadi bagian dari rutinitas harian saya
 5. Saya merasa kehilangan kontak ketika saya tidak masuk ke media sosial untuk sementara waktu
 6. Saya merasa saya bagian dari komunitas media sosial
 7. Saya merasa menyesal jika media sosial ditutup
 8. Saya seringkali berpikir atau berencana untuk menonaktifkan akun media sosial saya
 9. Saya lelah menggunakan media sosial
- b) Penggunaan media sosial untuk berita

Zuniga mengukur sejauh mana penggunaan media sosial untuk memperoleh berita melalui 4 empat pernyataan sikap skala Likert (Gil de Zúñiga, 2012)

1. Media sosial membantu saya untuk tetap terinformasi tentang peristiwa terkini atau kepentingan publik

2. Media sosial membantu saya untuk tetap terinformasi tentang komunitas lokal
3. Media sosial membantu saya untuk mendapatkan berita tentang peristiwa terkini dari media mainstream
4. Media sosial membantu saya untuk mendapatkan berita tentang peristiwa terkini melalui teman-teman

c) Penggunaan media sosial untuk menemukan fakta

Lee Jiyong mengukur penggunaan media sosial dalam menemukan fakta melalui empat pernyataan sikap skala Likert (Lee, 2020)

1. Media sosial membantu saya menemukan informasi berdasarkan fakta
2. Media sosial membantu saya memeriksa akurasi informasi
3. Media sosial membantu saya menemukan argumen argumentasi yang berbeda dengan pendapat saya
4. Media sosial membantu saya menemukan sumber informasi tambahan

d) Social Media Use Integration (SMUIS)

Dihasilkan dari 10 item skala Likert-type oleh Jenkins-Guarnieri yang terdiri dari dua dimensi, yakni Social Integration and Emotional Connection (SIEC) dan Integration into Social Routines (ISR) (Maree, 2017).

SIEC direpresentasikan melalui 6 items sebagai berikut:

1. Saya merasa terasingkan dari teman-teman jika ia tidak masuk ke media sosial
2. Saya akan senang jika semua orang menggunakan media sosial untuk berkomunikasi
3. Saya akan kecewa apabila saya tidak menggunakan media sosial sama sekali
4. Saya sedih jika saya tidak bisa masuk ke media sosial
5. Saya lebih menyukai berkomunikasi melalui media sosial
6. Media sosial memiliki peranan penting dalam hubungan sosial bagi saya

Integration into Social Routines (ISR) direpresentasikan melalui 4 items sebagai berikut:

1. Saya senang berselancar di media sosial
2. Saya tidak suka menggunakan media sosial
3. Menggunakan media sosial adalah bagian dari rutinitas sehari-hari bagi saya
4. Saya menanggapi konten yang dibagikan orang lain

1.8.3 Tingkat Kerentanan Generasi Milenial dalam Mempercayai Informasi Palsu tentang COVID-19

Kerentanan dalam mempercayai informasi palsu diukur menggunakan indikator yang telah disusun oleh Jerald C. Moneva (Moneva et al., 2020).

1. Saya mempercayai berita tentang COVID-19 yang baru saja saya baca di internet
2. Saya menilai dengan cepat tanpa memeriksa kebenaran isi berita tentang COVID-19
3. Saya meyakini bahwa berita tentang COVID-19 tidak mengandung distorsi kebenaran yang berbahaya
4. Saya tidak skeptis pada setiap berita tentang COVID-19 yang saya baca
5. Saya sulit mengidentifikasi berita tentang COVID-19, apakah itu palsu atau faktual
6. Saya tidak mempertanyakan kebenaran informasi tentang COVID-19 yang diunggah oleh tokoh terkenal di media sosial
7. Saya tidak memeriksa ke sumber berita jika saya meragukan validitas berita tentang COVID-19
8. Saya tidak mengemukakan pendapat jika ditanya mengenai sesuatu yang sedang tren
9. Saya tidak segan untuk membagikan unggahan tentang COVID-19 jika menurut saya menarik
10. Saya mudah mempercayai berita tentang COVID-19 yang diunggah oleh orang asing di media sosial seperti Facebook, Twitter, dan Instagram

1.9 Metode Penelitian

1.9.1 Tipe Penelitian

Tipe penelitian ini adalah analitik atau eksplanatoris yang bertujuan untuk menentukan apakah terdapat hubungan antara jenis perilaku tertentu, karakteristik, dan demografis (Berger, 2013). Penelitian ini mengkaji hubungan antara dua variabel independen yakni Tingkat Kompetensi Literasi Digital (X1) dan Intensitas Konsumsi Media Sosial (X2) dengan variabel dependen yaitu Tingkat Kerentanan Generasi Milenial dalam Mempercayai Informasi Palsu COVID-19 (Y).

1.9.2 Populasi

Penelitian ini mengkaji tentang kompetensi literasi digital dan intensitas penggunaan media sosial yang dilihat hubungannya dengan tingkat kerentanan dalam mempercayai informasi palsu. Fenomena penyebaran informasi palsu dan penggunaan media sosial ini telah meluas di berbagai daerah dan bukan merupakan suatu fenomena yang terjadi pada area geografis tertentu. Penelitian ini dilakukan kepada generasi milenial dengan rentang usia 22 sampai 44 tahun.

1.9.3 Sampel

Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini adalah *non-probability sampling* dengan menggunakan teknik purposive sampling. Hal ini disebabkan karena tidak diketahui jumlah populasi yang aktif

menggunakan media sosial dan pernah memperoleh terpaan informasi palsu seputar COVID-19 di lokasi penelitian. Sementara pengambilan sample pada teknik purposive sampling dilakukan terbatas pada jenis responden dengan tertentu yang mampu memberikan informasi yang dibutuhkan sesuai dengan kriteria yang telah ditentukan (Sakaran & Bougie, 2016). Jumlah sampel yang diambil pada penelitian ini sebanyak 300 responden. Roscoe mengusulkan bahwa ukuran sampel sejumlah 30 hingga 500 cocok untuk sebagian besar studi tentang perilaku (Memon et al., 2020). Kriteria sample pada penelitian ini meliputi:

- a. Usia 22 – 44 tahun
- b. Aktif menggunakan media sosial
- c. Pernah membaca atau menonton informasi palsu seputar COVID-19

1.9.4 Jenis dan Sumber Data

Penelitian ini mendapatkan data dari data primer, yakni merujuk pada objek penelitian secara langsung. Dalam hal ini, data primer penelitian ini diperoleh dari hasil kuesioner yang dilakukan langsung oleh responden.

1.9.5 Alat dan Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan kuesioner sebagai alat instrumen pengumpulan data, sementara metode pengumpulan data yang digunakan

yakni angket, di mana responden mengisi seluruh pertanyaan yang tercantum secara mandiri.

1.10.5 Teknik Pengolahan Data

1.10.5.1 Editing

Editing merupakan proses pemeriksaan data yang telah dikumpulkan, hal ini dilakukan untuk memastikan serta mengkonfirmasi bahwa raw data yang masuk telah memenuhi syarat dan sesuai dengan kebutuhan.

1.10.5.2 Koding

Koding merupakan proses penyederhanaan data dengan memberi simbol angka pada setiap jawaban berdasarkan masing-masing kategori. Hal ini dilakukan untuk memudahkan reduksi data, analisis, penyimpanan dan penyebaran data.

1.10.5.3 Tabulasi

Tabulasi merupakan proses menyajikan data dalam bentuk tabel sesuai dengan kebutuhan analisis.

1.9.6 Analisis Data

Penelitian ini menggunakan uji analisis koefisien korelasi product-moment Pearson dan Multiple Regression Analysis dengan bantuan SPSS yang digunakan untuk menguji hubungan atau hipotesis asosiatif dengan data berbentuk interval (Denis, 2018).