

BAB III

KOMPETENSI LITERASI DIGITAL, INTENSITAS KONSUMSI MEDIA SOSIAL, DAN KERENTANAN GENERASI MILENIAL DALAM MEMPERCAYAI INFORMASI PALSU COVID-19

3.1 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

3.1.1 Uji Validitas

Uji Validitas didefinisikan sebagai sejauh mana suatu instrumen dapat mengukur apa yang dirancang untuk diukur sehingga diperlukan instrumen penelitian atau kuesioner yang mengukur dengan benar konsep-konsep yang diteliti (Mojahan & Hardhan, 2017). Dalam pengujiannya, uji validitas membandingkan nilai r hitung dan r tabel. Apabila nilai r hitung lebih besar daripada nilai r tabel, maka instrument penelitian tersebut dinyatakan valid. Dalam hal ini, diketahui $N=300$ dengan signifikansi 0,05 memiliki r tabel sebesar 0,113.

Kode Item	r hitung	r table ($\alpha=0,05$)	Keterangan
X1.1	0,374	0,113	Valid
X1.2	0,400	0,113	Valid
X1.3	0,376	0,113	Valid
X1.4	0,398	0,113	Valid
X1.5	0,401	0,113	Valid
X1.6	0,407	0,113	Valid
X1.7	0,463	0,113	Valid
X1.8	0,506	0,113	Valid
X1.9	0,497	0,113	Valid
X1.10	0,388	0,113	Valid
X1.11	0,484	0,113	Valid
X1.12	0,485	0,113	Valid
X1.13	0,484	0,113	Valid

X1.14	0,488	0,113	Valid
X1.15	0,5	0,113	Valid
X1.16	0,518	0,113	Valid
X1.17	0,529	0,113	Valid
X1.18	0,51	0,113	Valid
X1.19	0,548	0,113	Valid
X1.20	0,501	0,113	Valid
X1.21	0,495	0,113	Valid
X1.22	0,486	0,113	Valid
X1.23	0,531	0,113	Valid
X1.24	0,349	0,113	Valid
X1.25	0,295	0,113	Valid
X1.26	0,334	0,113	Valid
X1.27	0,303	0,113	Valid
X1.28	0,191	0,113	Valid
X1.29	0,469	0,113	Valid
X1.30	0,278	0,113	Valid
X1.31	0,489	0,113	Valid
X1.32	0,273	0,113	Valid
X1.33	0,547	0,113	Valid
X1.34	0,477	0,113	Valid
X1.35	0,29	0,113	Valid
X1.36	0,507	0,113	Valid
X1.37	0,531	0,113	Valid
X1.38	0,496	0,113	Valid
X1.39	0,505	0,113	Valid
X1.40	0,394	0,113	Valid
X1.41	0,531	0,113	Valid
X1.42	0,385	0,113	Valid
X1.43	0,524	0,113	Valid
X1.44	0,473	0,113	Valid
X1.45	0,446	0,113	Valid
X1.46	451	0,113	Valid
X1.47	0,537	0,113	Valid
X1.48	0,512	0,113	Valid
X1.49	9,52	0,113	Valid
X1.50	0,56	0,113	Valid
X1.51	0,483	0,113	Valid
X1.52	0,5	0,113	Valid

Tabel 3.1 Uji Validitas Tingkat Kompetensi Literasi Digital

Berdasarkan Tabel 3.1 diketahui bahwa seluruh item instrumen pada variabel tingkat kompetensi literasi digital memiliki nilai rhitung lebih besar daripada rtabel (0,113), sehingga dapat disimpulkan bahwa pengukuran variabel tingkat kompetensi literasi digital dinyatakan valid.

Kode Item	r hitung	r table ($\alpha=0,05$)	Keterangan
X2.1	0,454	0,113	Valid
X2.2	9,677	0,113	Valid
X2.3	0,612	0,113	Valid
X2.4	0,695	0,113	Valid
X2.5	0,657	0,113	Valid
X2.6	0,720	0,113	Valid
X2.7	0,634	0,113	Valid
X2.8	0,709	0,113	Valid
X2.9	0,190	0,113	Valid
X2.10	0,186	0,113	Valid
X2.11	0,553	0,113	Valid
X2.12	0,601	0,113	Valid
X2.13	0,610	0,113	Valid
X2.14	0,599	0,113	Valid
X2.15	0,635	0,113	Valid
X2.16	0,602	0,113	Valid
X2.17	0,645	0,113	Valid
X2.18	0,624	0,113	Valid
X2.19	0,526	0,113	Valid
X2.20	0,604	0,113	Valid
X2.21	0,599	0,113	Valid
X2.22	0,674	0,113	Valid
X2.23	0,493	0,113	Valid
X2.24	0,648	0,113	Valid
X2.25	0,662	0,113	Valid
X2.26	-0,073	0,113	Tidak Valid
X2.27	0,720	0,113	Valid
X2.28	0,611	0,113	Valid

Tabel 3.2 Uji Validitas Intensitas Konsumsi Media Sosial

Berdasarkan Tabel 3.2 diketahui terdapat satu pertanyaan dengan kode item X2.26 pada variabel intensitas konsumsi media sosial yang memiliki nilai r hitung lebih kecil daripada rtabel (0,113) sehingga item tersebut dinyatakan tidak valid dan dan dikeluarkan dari instrumen penelitian.

Kode Item	r hitung	r table (a=0,05)	Keterangan
Y.1	0,498	0,113	Valid
Y.2	0,763	0,113	Valid
Y.3	0,636	0,113	Valid
Y.4	0,573	0,113	Valid
Y.5	0,574	0,113	Valid
Y.6	0,667	0,113	Valid
Y.7	0,670	0,113	Valid
Y.8	0,455	0,113	Valid
Y.9	0,487	0,113	Valid
Y.10	0,723	0,113	Valid

Tabel 3.3 Uji Validitas Tingkat Kerentanan dalam Mempercayai Informasi Palsu

Berdasarkan Tabel 3.3 diketahui bahwa seluruh item instrumen pada variabel tingkat kerentanan dalam mempercayai informasi palsu memiliki nilai r hitung lebih besar daripada rtabel (0,113), sehingga dapat disimpulkan bahwa pengukuran variabel tingkat kerentanan dalam mempercayai informasi palsu dinyatakan valid.

3.1.2 Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas merupakan keandalan suatu instrumen penelitian dan konsistensinya dari waktu ke waktu. Dengan kata lain, reliabilitas dimaknai sebagai kemampuan alat ukur yang memberikan hasil yang konsisten apabila digunakan pada kurun waktu berbeda. Dalam uji reliabilitas akan

dikatakan reliabel apabila memiliki nilai *Cronbach's Alpha* > 0,7 (Sürücü & Maslakci, 2020).

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Kriteria	Keterangan
Tingkat Kompetensi Literasi Digital	0.892	0,7	Reliabel
Intensitas Konsumsi Media Sosial	0.910	0,7	Reliabel
Tingkat Kerentanan dalam Mempercayai Informasi Palsu	0.807	0,7	Reliabel

Tabel 3. 4 Uji Reliabilitas

Berdasarkan Tabel 3.4 dapat diketahui bahwa hasil uji reliabilitas variabel tingkat kompetensi literasi digital, intensitas konsumsi media sosial, dan tingkat kerentanan dalam mempercayai informasi palsu dinyatakan reliabel karena ketiga variabel tersebut memiliki hasil lebih tinggi dibandingkan dengan nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,7.

3.2 Kompetensi Literasi Digital

Kompetensi Literasi Digital diukur dengan melihat lima indikator meliputi: Operational Internet Skills, Formal Internet Skills, Informational Internet Skills, Communications Internet Skills, dan Content Creation Internet Skills. Indikator tersebut kemudian dijabarkan menjadi ke dalam 52 items pertanyaan seperti pada tabel berikut:

Indikator	Pertanyaan	Frekuensi Skor					Total
		STS	TS	N	S	SS	
		1	2	3	4	5	
Operational Internet Skills	1.Saya tahu bagaimana cara mengkoneksikan jaringan Wi-Fi	0	0	3	11	286	300
		0,00%	0,00%	1,00%	3,67%	95,33%	100%
	2. Saya tahu bagaimana cara mengunduh aplikasi di perangkat seluler saya	0	0	1	11	288	300
		0,00%	0,00%	0,33%	3,67%	96,00%	100%

3. Saya tahu bagaimana cara mematikan perangkat seluler saya	0	0	2	7	291	300
	0,00%	0,00%	0,67%	2,33%	97,00%	100%
4. Saya tahu bagaimana cara melacak biaya penggunaan aplikasi seluler	2	4	20	43	231	300
	0,67%	1,33%	6,67%	14,33%	77,00%	100%
5. Saya tahu bagaimana cara mengunduh aplikasi di perangkat seluler	0	1	2	12	285	300
	0,00%	0,67%	0,67%	4,00%	95,00%	100%
6. Saya tahu bagaimana cara membuka tab baru di browser saya	0	1	3	9	287	300
	0,00%	0,33%	1,00%	3,00%	95,67%	100%
7. Saya tahu bagaimana cara pergi ke halaman sebelumnya saat menjelajah internet	0	2	4	12	282	300
	0,00%	0,67%	1,33%	4,00%	94,00%	100%
8. Saya tahu bagaimana penggunaan fungsi refresh	0	1	4	10	285	300
	0%	0%	1%	3%	95%	
9. Saya tahu bagaimana cara menggunakan kunci shortcut (misalnya CTRL-C untuk menyalin, CTRL-S untuk menyimpan)	1	2	4	22	271	300
	0,33%	0,67%	1,33%	7,33%	90,33%	100%
10. Saya tahu bagaimana cara menandai (bookmark) situs web	0	3	5	25	267	300
	0,00%	1,00%	1,67%	8,33%	89,00%	100%
11. Saya tahu bagaimana cara mengunduh berkas	2	1	2	13	282	300
	0,67%	0,33%	0,67%	4,33%	94,00%	100%
12. Saya tahu bagaimana cara mengunggah berkas	3	0	3	22	272	300
	1,00%	0,00%	1,00%	7,33%	90,67%	100%
13. Saya tahu bagaimana cara mengatur pengaturan privasi	0	3	13	42	242	300
	0,00%	1,00%	4,33%	14,00%	80,67%	100%
14. Saya tahu bagaimana cara mengunggah/menyimpan foto yang saya temukan secara online	0	0	4	30	266	300
	0,00%	0,00%	1,33%	10,00%	88,67%	100%
15. Saya tahu bagaimana cara membuka berkas yang sudah diunduh	0	1	3	23	273	300
	0,00%	0,33%	1,00%	7,67%	91,00%	100%
16. Saya tahu aplikasi/software apa yang aman untuk diunduh	1	7	34	43	215	300
	0,33%	2,33%	11,33%	14,33%	71,67%	100%
17. Saya tahu bagaimana cara menghilangkan pop-ups atau iklan	3	9	38	56	194	300
	1,00%	3,00%	12,67%	18,67%	64,67%	100%
18. Saya tahu beberapa cara untuk menghindari virus komputer	6	13	49	79	153	300
	2,00%	4,33%	16,33%	26,33%	51,00%	100%

19. Jika terjadi masalah teknis saat saya menggunakan internet, saya biasanya tahu bagaimana untuk memperbaiki masalahnya	5	11	51	82	151	300
	1,67%	3,67%	17,00%	27,33%	50,33%	100%
20. Saya tahu bagaimana cara membuka alamat Web secara langsung tanpa menggunakan mesin pencarian seperti Google	5	7	28	52	208	300
	1,67%	2,33%	9,33%	17,33%	69,33%	100%
21. Saya tahu bagaimana cara mengisi formulir online	1	0	3	28	268	300
	0,33%	0,00%	1,00%	9,33%	89,33%	100%

Tabel 3. 5 Frekuensi Skor Jawaban Indikator Operational Internet Skill

Tabel 3.5 menunjukkan bahwa hampir seluruh responden menyatakan sangat setuju bahwa mereka mampu dalam mengoperasikan internet. Artinya pada survei ini mengindikasikan bahwa responden telah literal dalam mengoperasikan media digital dan hanya sebagian kecil dari total responden yang menunjukkan ketidakmampuannya dalam operasional internet.

Berdasarkan tabel tersebut diketahui sebesar 77 persen responden mengaku sangat setuju saat ditanya kemampuannya dalam melacak biaya penggunaan aplikasi seluler, 81 persen mengaku sangat setuju saat ditanya kemampuannya dalam mengatur pengaturan privasi, sebesar 72 persen mengaku sangat setuju saat ditanya pengetahuan mereka akan software yang aman untuk diunduh, dan sebesar 65 persen mengaku sangat setuju saat ditanya kemampuan mereka dalam menghilangkan pop-ups iklan.

Selanjutnya ditemukan sebagian responden menyatakan sangat setuju saat ditanya pengetahuan tentang cara menghindari virus computer, sebagian responden menyatakan sangat setuju saat ditanya mengenai pengetahuan mereka

dalam menangani masalah teknis dalam penggunaan internet, dan lebih dari 50 persen responden menyatakan sangat setuju saat ditanya kemampuan membuka alamat Website secara langsung tanpa mesin pencarian seperti Google. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa pada indikator Operational Internet Skills menunjukkan bahwa responden memiliki kemampuan tinggi dalam mengoperasikan internet.

Indikator	Pertanyaan	Frekuensi Skor					Total
		STS	TS	N	S	SS	
		1	2	3	4	5	
Formal Internet Skills	22. Saya tidak merasa kesulitan dalam mengakses sebuah website	3	2	5	32	258	300
		1,00%	0,67%	1,67%	10,67%	86,00%	100%
	23. Saya tahu di mana harus mengklik untuk membuka halaman web yang berbeda	1	1	3	30	265	300
		0,33%	0,33%	1,00%	10,00%	88,33%	100%
	24. Saya merasa kesulitan dalam menemukan website yang saya kunjungi sebelumnya	141	69	20	19	51	300
		47,00%	23,00%	6,67%	6,33%	17,00%	100%
	25. Terkadang saya berakhir pada sebuah situs Web tanpa mengetahui bagaimana cara saya bisa mengunjunginya	105	59	47	34	55	300
		35,00%	19,67%	15,67%	11,33%	18,33%	100%
	26. Semua layout situs web yang berbeda membuat saya sulit bekerja dengan Internet	117	77	53	17	36	300
		39,00%	25,67%	17,67%	5,67%	12,00%	100%
	27. Saya menemukan banyak Website dengan tampilan yang membingungkan	45	71	79	53	52	300
		15,00%	23,67%	26,33%	17,67%	17,33%	100%
28. Saya merasa kelelahan saat mencari informasi online	98	71	69	29	33	300	
	32,67%	23,67%	23,00%	9,67%	11,00%	100%	
Informational Internet Skills	29. Saya merasa mudah dalam menemukan	1	3	23	71	202	300
		0,33%	1,00%	7,67%	23,67%	67,33%	100%

informasi						
30. Saya harus mengikuti pelatihan untuk mencari informasi secara online	128	74	38	21	39	300
	42,67%	24,67%	12,67%	7,00%	13,00%	100%
31. Saya tahu bagaimana menggunakan berbagai strategi saat mencari informasi	2	7	30	78	183	300
	0,67%	2,33%	10,00%	26,00%	61,00%	100%
32. Saya kesulitan dalam memutuskan kata kunci terbaik untuk digunakan dalam pencarian online	102	75	52	27	44	300
	34,00%	25,00%	17,33%	9,00%	14,67%	100%
33. Saya percaya diri dalam memilih hasil pencarian saya di internet	0	3	30	95	172	300
	0,00%	1,00%	10,00%	31,67%	57,33%	100%
34. Saya biasanya melihat lebih dari tiga hasil pencarian teratas	2	7	29	65	197	300
	0,67%	2,33%	9,67%	21,67%	65,67%	100%
35. Terkadang saya sulit memverifikasi informasi yang telah saya ambil	60	75	80	38	47	300
	20,00%	25,00%	26,67%	12,67%	15,67%	100%
36. Saya merasa percaya diri atas evaluasi saya dalam menentukan apakah sebuah situs web dapat dipercaya	3	8	54	103	132	300
	1,00%	2,67%	18,00%	34,33%	44,00%	100%
37. Biasanya saya membandingkan situs web yang berbeda untuk memutuskan apakah informasi itu benar	1	3	25	68	203	300
	0,33%	1,00%	8,33%	22,67%	67,67%	100%
38. Saya berhati-hati dalam mempertimbangkan informasi yang saya temukan secara online	0	2	12	64	222	300
	0,00%	0,67%	4,00%	21,33%	74,00%	100%

Tabel 3.6 Frekuensi Skor Jawaban Indikator Formal Internet Skills dan Informational Internet Skills

Tabel 3.6 menunjukkan bahwa sebagian besar responden memiliki kemampuan yang tinggi dalam menavigasi internet. Pada survei ini mengindikasikan kemampuan tinggi dalam dimensi Formal Internet Skills dan

Informational Internet Skills tetapi tidak setinggi kemampuan pada dimensi Operational Internet Skills.

Lebih dari 50 persen responden menyatakan merasa mudah dalam mengakses sebuah Website, sebesar 47 persen responden menyatakan merasa mudah dalam menemukan Website yang dikunjungi sebelumnya, dan hampir seluruh responden menyatakan setuju saat ditanya pengetahuan tentang di mana harus meng-klik untuk membuka halaman Website yang berbeda.

Sama halnya dengan Formal Internet Skills, survei penelitian ini juga menunjukkan kemampuan tinggi pada indikator Informational Internet Skills. Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa lebih dari 50 persen responden merasa mudah dalam menemukan informasi secara online, hanya 13 persen responden menyatakan sangat setuju bahwa dirinya perlu mengikuti pelatihan untuk mencari informasi secara online, hanya sebesar 15 persen responden menyatakan merasa sulit dalam memutuskan kata kunci terbaik yang digunakan dalam pencarian online, dan hanya sebesar 16 persen mengungkapkan bahwa dirinya sulit memverifikasi informasi yang diambil di internet. Selain itu, mayoritas responden mengaku telah percaya diri dalam memilih hasil pencarian di internet dan lebih dari 70 persen responden menyatakan bahwa mereka berhati-hati dalam mempertimbangkan informasi yang ditemukan secara online.

Indikator	Pertanyaan	Frekuensi Skor					Total
		STS	TS	N	S	SS	
		1	2	3	4	5	
Communications Internet Skills	39. Saya tahu kapan saatnya saya harus membagikan dan tidak boleh membagikan informasi secara online	0	1	11	57	231	300
		0,00%	0,33%	3,67%	19,00%	77,00%	100%
	40. Saya berhati-hati untuk membuat komentar dan perilaku saya sesuai dengan situasi yang saya alami saat online	0	0	12	63	225	300
		0,00%	0,00%	4,00%	21,00%	75,00%	100%
	41. Saya tahu bagaimana cara mengatur siapa saja yang bisa melihat atau mengakses konten saya (teman, teman dari teman, atau publik)	0	0	15	49	236	300
		0,00%	0,00%	5,00%	16,33%	78,67%	100%
	42. Saya tahu bagaimana cara menghapus teman dari daftar kontak	0	2	5	28	265	300
		0,00%	0,67%	1,67%	9,33%	88,33%	100%
	43. Saya merasa percaya diri dalam menulis komentar pada blog, website, atau forum	16	43	53	63	125	300
		5,33%	14,33%	17,67%	21,00%	41,67%	100%
	44. Saya merasa nyaman dalam memutuskan siapa yang saya ikuti secara online (pada layanan seperti Twitter atau Tumblr)	1	6	15	68	210	300
		0,33%	2,00%	5,00%	22,67%	70,00%	100%

	45. Saya tahu bagaimana cara menggunakan emoticons (seperti smileys, emojis, atau text speak)	0	1	10	31	258	300
		0,00%	0,33%	3,33%	10,33%	86,00%	100%
	46. Saya tahu informasi apa yang harus saya bagikan dan tidak boleh saya bagikan secara online	0	1	9	51	239	300
		0,00%	0,33%	3,00%	17,00%	79,67%	100%
Content Creation Internet Skills	47. Saya merasa percaya diri dalam menempatkan konten video yang saya buat secara online	21	34	58	58	129	300
		7,00%	11,33%	19,33%	19,33%	43,00%	100%
	48. Saya merasa percaya diri menulis dan berkomentar secara online	13	19	61	79	128	300
		4,33%	6,33%	20,33%	26,33%	42,67%	100%
	49. Saya tahu bagaimana cara menciptakan sesuatu yang baru dari gambar, musik, atau video online yang ada	8	18	53	70	151	300
		2,67%	6,00%	17,67%	23,33%	50,33%	100%
	50. Saya tahu cara membuat perubahan mendasar (mengedit) konten yang dibuat orang lain	9	28	71	64	128	300
		3,00%	9,33%	23,67%	21,33%	42,67%	100%
	51. Saya tahu bagaimana cara merancang sebuah website	59	51	69	42	79	300
		19,67%	17,00%	23,00%	14,00%	26,33%	100%
	52. Saya tahu jenis lisensi yang berbeda yang berlaku untuk konten online	38	36	64	75	87	300
		12,67%	12,00%	21,33%	25,00%	29,00%	100%

Tabel 3.7 Frekuensi Skor Jawaban Indikator Communication Skills dan Content Creation Internet Skills

Tabel 3.7 menunjukkan bahwa rata-rata responden mengungkapkan dirinya mampu berkomunikasi dengan baik secara digital. Hampir seluruh responden mengaku bahwa mereka tahu informasi apa yang bisa dibagikan dan kapan saatnya mereka harus membagikan informasi secara online, lebih dari 75 persen responden menyatakan bahwa mereka berhati-hati dalam menulis komentar dan berperilaku secara online, dan hampir seluruh responden mengetahui akan penggunaan fitur komunikasi secara online seperti fitur emoticons dan fitur *unfriend*.

Sementara pada dimensi berikutnya, temuan survei juga mengindikasikan bahwa mayoritas responden telah literal dalam hal Content Creation Internet Skills. Sebagian besar responden menyatakan bahwa mereka percaya diri dalam menempatkan konten video yang dibuat secara online dan berkomentar secara online, lebih dari 50 persen responden mengetahui cara menciptakan suatu konten dari gambar, musik, dan video yang tersedia secara online, dan sebagian responden menyatakan mengetahui jenis lisensi yang berlaku pada konten online.

Keseluruhan data yang diperoleh kemudian diolah dan dikategorisasikan sehingga menghasilkan variasi berupa; rendah, cenderung rendah, cenderung tinggi, dan tinggi. Kategorisasi ini tersebut meliputi:

- a. Rendah ditunjukkan dengan skor 52 - 104
- b. Cenderung Rendah ditunjukkan dengan skor 105 - 156

- c. Cenderung Tinggi ditunjukkan dengan skor 157 - 208
- d. Tinggi ditunjukkan dengan skor 209 – 260

Melalui kategorisasi maka hasil survei pada variabel Tingkat Kompetensi Literasi Digital dapat disimpulkan sebagai berikut:

Skor	Kategori	Presentase
52 – 104	Rendah	0%
105 – 156	Cenderung Rendah	0,67%
157 – 208	Cenderung Tinggi	17,67%
209 – 260	Tinggi	81,67%

Tabel 3.8 Tingkat Kompetensi Literasi Digital

Hasil temuan data di atas menunjukkan bahwa sebagian besar responden memiliki tingkat kompetensi literasi digital yang tinggi. Hanya sebagian kecil yang termasuk kategori cenderung rendah dan selebihnya termasuk kategori cenderung tinggi.

3.3 Intensitas Konsumsi Media Sosial

Intensitas Konsumsi Media Sosial diukur dengan melihat lima indikator meliputi: durasi penggunaan media sosial, penggunaan media sosial sehari-hari, penggunaan media sosial untuk berita, penggunaan media sosial untuk menemukan fakta, dan Social Media Use Integration Scale (SMUIS). Indikator tersebut kemudian dijabarkan menjadi ke dalam 28 items pertanyaan seperti pada tabel berikut:

Indikator	Pertanyaan	Frekuensi Skor					Total
		1	2	3	4	5	
Durasi penggunaan media sosial	1. Dalam satu minggu terakhir, rata-rata berapa jam per hari yang Anda habiskan untuk bermain media sosial?	19	63	74	66	78	300
		6,33%	21,00%	24,67%	22,00%	26,00%	100%

Tabel 3.9 Frekuensi Skor Jawaban Indikator Durasi Intensitas Konsumsi Media Sosial

Berdasarkan data pada table 3.9 mengindikasikan bahwa mayoritas responden menghabiskan lebih dari 8 jam untuk bermain media sosial. Hanya sebesar 6 persen responden yang mengungkapkan bahwa dirinya menghabiskan waktu kurang dari 2 jam per hari untuk bermain media sosial. Data di atas kemudian dikategorisasikan ke dalam variasi berupa; rendah, cenderung rendah, cenderung tinggi, dan tinggi. Kategorisasi ini tersebut meliputi:

- a. Rendah ditunjukkan dengan skor 1 – 2
- b. Cenderung Rendah ditunjukkan dengan skor 2,1 – 3
- c. Cenderung Tinggi ditunjukkan dengan skor 3,1 - 4
- d. Tinggi ditunjukkan dengan skor 4,1 – 5

Melalui kategorisasi tersebut maka hasil survei pada Indikator Durasi Intensitas Konsumsi Media Sosial dapat disimpulkan sebagai berikut:

Skor	Kategori	Presentase
1 – 2	Rendah	0%
2,1 – 3	Cenderung Rendah	27,33%
3,1 – 4	Cenderung Tinggi	46,67%
4,1 – 5	Tinggi	26,00%

Tabel 3.10 Durasi Intensitas Konsumsi Media Sosial

Hasil temuan data di atas menunjukkan bahwa sebagian besar responden memiliki tingkat durasi intensitas konsumsi media sosial yang cenderung tinggi.

Indikator	Pertanyaan	Frekuensi Skor							Total
		STS	TS	ATS	N	AS	S	SS	
		1	2	3	4	5	6	7	
Penggunaan media sosial sehari-hari	2. Media sosial merupakan bagian dari aktivitas saya setiap hari	4	2	7	20	61	76	130	300
		1,33%	0,67%	2,33%	6,67%	20,33%	25,33%	43,33%	100%
	3. Saya bangga memberi tahu orang-orang bahwa saya ada di media sosial	20	21	50	76	56	32	45	300
		6,67%	7,00%	16,67%	25,33%	18,67%	10,67%	15,00%	100%
	4. Media sosial menjadi bagian dari rutinitas harian saya	2	7	11	40	52	75	113	300
		0,67%	2,33%	3,67%	13,33%	17,33%	25,00%	37,67%	100%
	5. Saya merasa kehilangan kontak ketika saya tidak masuk ke media sosial untuk sementara waktu	33	37	38	58	52	32	50	300
		11,00%	12,33%	12,67%	19,33%	17,33%	10,67%	16,67%	100%
	6. Saya merasa saya bagian dari komunitas media sosial	17	21	34	54	57	47	70	300
		5,67%	7,00%	11,33%	18,00%	19,00%	15,67%	23,33%	100%
	7. Saya merasa sedih jika media sosial ditutup	18	17	35	44	56	49	81	300
		6,00%	5,67%	11,67%	14,67%	18,67%	16,33%	27,00%	100%
	8. Saya suka	3	2	4	34	62	80	115	300

bermain media sosial	1,00%	0,67%	1,33%	11,33%	20,67%	26,67%	38,33%	100%
9. Saya seringkali berpikir atau berencana untuk menonaktifkan akun media sosial saya	15	24	29	40	41	42	109	300
	5,00%	8,00%	9,67%	13,33%	13,67%	14,00%	36,33%	100%
10. Saya lelah menggunakan media sosial	17	22	42	71	54	38	56	300
	5,67%	7,33%	14,00%	23,67%	18,00%	12,67%	18,67%	100%

Tabel 3.11 Frekuensi Skor Jawaban Indikator Penggunaan Media Sosial Sehari-hari

Tabel 3.11 menunjukkan bahwa hampir 50 persen dari total responden pada survei menyatakan bahwa media sosial merupakan bagian dari rutinitas sehari-hari mereka, bahkan lebih dari 30 persen responden menyatakan sedih jika media sosial ditutup. Namun terdapat beberapa temuan menarik lainnya seperti pengakuan dan rencana untuk meninggalkan media sosial.

Berdasarkan survei penelitian ini mengungkapkan bahwa sebesar 25 persen responden mengaku netral saat ditanya apakah mereka bangga memberi tahu orang-orang bahwa dirinya berada di media sosial. Meski pada survei ini menunjukkan tingkat penggunaan media sosial yang tinggi sebagai rutinitas harian, tetapi ditemukan fakta bahwa terdapat sebesar 36 persen responden menyatakan sering berpikir untuk menonaktifkan akun media sosial dan sebesar 19 persen mengaku lelah menggunakan media sosial. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa meskipun pada survei ini menunjukkan adanya tingkat penggunaan media sosial yang tinggi pada penggunaan sehari-hari, namun secara

bersamaan sebagian kecil responden mengaku memiliki kecenderungan untuk meninggalkan media sosial dan merasa lelah saat menggunakan media sosial

Indikator	Pertanyaan	Frekuensi Skor							Total	
		STS	TS	ATS	N	AS	S	SS		
		1	2	3	4	5	6	7		
Penggunaan media sosial untuk berita	11. Media sosial membantu saya untuk tetap terinformasi tentang peristiwa terkini atau kepentingan publik	0	0	1	12	30	74	183	300	
		0,00%	0,00%	0,33%	4,00%	10,00%	24,67%	61,00%	100%	
	12. Media sosial membantu saya untuk tetap terinformasi tentang komunitas lokal	0	0	4	19	45	75	157	300	
		0,00%	0,00%	1,33%	6,33%	15,00%	25,00%	52,33%	100%	
	13. Media sosial membantu saya untuk mendapatkan berita tentang peristiwa terkini dari media mainstream	0	1	0	16	27	73	183	300	
		0,00%	0,33%	0,00%	5,33%	9,00%	24,33%	61,00%	100%	
	14. Media sosial membantu saya untuk mendapatkan berita tentang peristiwa terkini melalui teman-teman	0	1	2	17	46	71	163	300	
		0,00%	0,33%	0,67%	5,67%	15,33%	23,67%	54,33%	100%	
	Penggunaan media sosial untuk menemukan fakta	15. Media sosial membantu saya menemukan informasi berdasarkan	1	6	7	44	43	66	133	300
			0,33%	2,00%	2,33%	14,67%	14,33%	22,00%	44,33%	100%

fakta									
16. Media sosial membantu saya memeriksa akurasi informasi	2	5	5	23	38	80	147	300	
	0,67%	1,67%	1,67%	7,67%	12,67%	26,67%	49,00%	100%	
17. Media sosial membantu saya menemukan argumen yang berbeda dengan pendapat saya	1	0	2	17	33	76	171	300	
	0,33%	0,00%	0,67%	5,67%	11,00%	25,33%	57,00%	100%	
18. Media sosial membantu saya menemukan sumber informasi tambahan	0	1	1	8	32	70	188	300	
	0,00%	0,33%	0,33%	2,67%	10,67%	23,33%	62,67%	100%	

Tabel 3. 12 Frekuensi Skor Jawaban Variabel Indikator Penggunaan Media Sosial untuk Berita dan Penggunaan Media Sosial untuk Menemukan Fakta

Tabel 3.12 menunjukkan bahwa rata-rata responden mengungkapkan dirinya sangat setuju saat ditanya tentang penggunaan media sosial untuk mendapatkan berita dan tetap terinformasi dengan informasi terkini tentang komunitas lokal dan informasi terbaru dari media mainstream. Demikian pula pada dimensi penggunaan media sosial untuk menemukan fakta, mayoritas responden pada survei menyatakan sangat setuju saat ditanya tentang penggunaan media sosial untuk menemukan fakta dan akurasi informasi.

Hanya sebagian kecil responden yang mengaku netral pada indikator penggunaan media untuk berita dan menemukan fakta. Berdasarkan tabel tersebut dapat diketahui hanya sebesar 4 persen responden mengaku netral saat ditanya

apakah media sosial membantu mereka untuk tetap terinformasi dengan peristiwa terkini atau kepentingan publik, hanya sebesar 6 persen mengaku netral saat ditanya penggunaan media sosial untuk tetap terinformasi tentang komunitas lokal, hanya sebesar 5 persen mengaku netral saat ditanya penggunaan media sosial untuk mendapatkan berita terkini dari media mainstream, dan hanya sebesar 6 persen mengaku netral saat ditanya penggunaan media sosial untuk mendapatkan peristiwa terkini melalui teman-teman.

Hal serupa juga dapat kita temukan pada indikator penggunaan media sosial untuk menemukan fakta. Pada tabel di atas ketahui bahwa lebih dari 50 persen responden menyatakan setuju saat ditanya penggunaan media sosial dalam menemukan informasi berdasarkan fakta, memeriksa akurasi informasi, menemukan opini yang berbeda, dan penggunaan media sosial sebagai sumber informasi tambahan.

Keseluruhan data pada ketiga indikator di atas kemudian dikategorisasikan ke dalam variasi berupa; rendah, cenderung rendah, cenderung tinggi, dan tinggi. Kategorisasi ini tersebut meliputi:

- a. Rendah ditunjukkan dengan skor 18 - 45
- b. Cenderung Rendah ditunjukkan dengan skor 46 - 72
- c. Cenderung Tinggi ditunjukkan dengan skor 73 - 99
- d. Tinggi ditunjukkan dengan skor 100 – 126

Melalui kategorisasi tersebut maka hasil survei pada Indikator Penggunaan Media Sosial Sehari-hari, Indikator Penggunaan Media Sosial untuk Berita dan

Penggunaan Media Sosial untuk Menemukan Fakta dapat disimpulkan sebagai berikut:

Skor	Kategori	Presentase
18-45	Rendah	0,33%
46-72	Cenderung Rendah	5,67%
73-99	Cenderung Tinggi	53,00%
100-126	Tinggi	41,00%

Tabel 3. 13 Penggunaan Media Sosial Sehari-hari. Penggunaan Media Sosial untuk Berita, dan Penggunaan Media Sosial untuk Menemukan Fakta

Hasil temuan data di atas menunjukkan bahwa sebagian besar responden pada indikator Penggunaan Media Sosial Sehari-hari, Penggunaan Media Sosial untuk Berita, dan Penggunaan Media Sosial untuk Menemukan Fakta berada pada kategori cenderung tinggi. Hanya sebagian kecil yang termasuk kategori tinggi dan cenderung rendah.

Indikator	Pertanyaan	Frekuensi Skor					Total
		STS	TS	N	S	SS	
		1	2	3	4	5	
Social Integration and Emotional Connection (SIEC)	19. Saya merasa terasingkan dari teman-teman jika saya tidak masuk ke media sosial	66 22,00%	70 23,33%	82 27,33%	37 12,33%	45 15,00%	300 100%
	20. Saya akan senang jika semua orang menggunakan media sosial untuk berkomunikasi	13 4,33%	15 5,00%	84 28,00%	96 32,00%	92 30,67%	300 100%
	21. Saya akan kecewa jika saya tidak bisa	29	32	75	76	88	300

	menggunakan media sosial sama sekali	9,67%	10,67%	25,00%	25,33%	29,33%	100%
	22. Saya sedih jika saya tidak bisa masuk ke media sosial	36 12,00%	37 12,33%	87 29,00%	67 22,33%	73 24,33%	300 100%
	23. Saya lebih menyukai berkomunikasi melalui media sosial	22 7,33%	42 14,00%	102 34,00%	64 21,33%	70 23,33%	300 100%
	24. Media sosial memiliki peranan penting dalam hubungan sosial bagi saya	8 2,67%	17 5,67%	79 26,33%	109 36,33%	87 29,00%	300 100%
Integration into Social Routines (ISR)	25. Saya senang berselancar di media sosial	2 0,67%	6 2,00%	45 15,00%	106 35,33%	141 47,00%	300 100%
	26. Saya tidak suka menggunakan media sosial	112 37,33%	102 34,00%	54 18,00%	16 5,33%	16 5,33%	300 100%
	27. Menggunakan media sosial adalah bagian dari rutinitas sehari-hari bagi saya	3 1,00%	11 3,67%	54 18,00%	98 32,67%	134 44,67%	300 100%
	28. Saya menanggapi konten yang dibagikan orang lain di media sosial	15 5,00%	27 9,00%	94 31,33%	83 27,67%	81 27,00%	300 100%

Tabel 3. 14 Frekuensi Skor Jawaban Indikator Social Media Use Integration (SMUIS)

Tabel 3.14 menunjukkan bahwa mayoritas responden menunjukkan kegemaran mereka terhadap media sosial, termasuk kebiasaan bermain media sosial sebagai rutinitas keseharian mereka dan dan menunjukkan perasaan kecewa saat tidak bisa masuk ke media sosial sama sekali. Namun demikian terdapat beberapa temuan menarik pada indikator SMUIS.

Sebesar 27 persen responden menyatakan sikap netral saat ditanya perasaan keterasingan dari teman-teman jika dirinya tidak masuk ke media sosial, sedangkan sebagian lainnya yaitu sebesar 22 persen menyatakan bahwa mereka sama sekali tidak merasa terasingkan dari teman-teman saat dirinya tidak berada di media sosial. Namun demikian sebagian dari total responden menyatakan setuju bahwa media sosial memiliki peran penting dalam hubungan sosial mereka dan menyatakan akan kecewa jika dirinya tidak bisa masuk ke media sosial. Pada survei ini juga menunjukkan bahwa mayoritas responden lebih menyukai berkomunikasi melalui media sosial dan mengindikasikan tingginya keikutsertaan responden dalam menanggapi konten orang lain di media sosial.

Pada indikator SMUIS menunjukkan bahwa meskipun survei ini mengungkapkan tingginya tingkat kegemaran responden terhadap penggunaan media sosial, akan tetapi sebagian kecil dari responden mengaku tidak memiliki hubungan emosional pada penggunaan media sosial, termasuk tentang perasaan keterasingan dari teman-teman jika mereka tidak masuk ke media sosial.

Data indikator SMUIS ini kemudian dikategorisasikan ke dalam variasi berupa; rendah, cenderung rendah, cenderung tinggi, dan tinggi. Kategorisasi ini tersebut meliputi:

- a. Rendah ditunjukkan dengan skor 9 -18
- b. Cenderung Rendah ditunjukkan dengan skor 19 - 27
- c. Cenderung Tinggi ditunjukkan dengan skor 28 - 36
- d. Tinggi ditunjukkan dengan skor 37 – 45

Melalui kategorisasi tersebut maka hasil survei pada SMUIS dapat disimpulkan sebagai berikut:

Skor	Kategori	Presentase
9 – 18	Rendah	2,67%
19 – 27	Cenderung Rendah	22,00%
28 – 36	Cenderung Tinggi	46,67%
37 – 45	Tinggi	28.67%

Tabel 3. 15 Social Media Use Integration (SMUIS)

Hasil temuan data di atas menunjukkan bahwa sebagian besar responden pada indikator Social Media Use Integration (SMUIS) berada pada kategori cenderung tinggi. Hanya sebagian kecil yang termasuk kategori rendah dan selebihnya termasuk kategori cenderung rendah dan kategori tinggi.

3.4 Kerentanan Generasi Milenial Dalam Mempercayai Informasi Palsu COVID-19

Indikator	Pertanyaan	Frekuensi Skor					Total
		Tidak pernah	Jarang	Kadang-kadang	Sering	Selalu	
		1	2	3	4	5	
Kepercayaan responden terhadap berita yang baru saja ditemukan di internet	1. Saya mempercayai berita COVID-19 yang baru saja saya baca di internet	12	20	111	98	59	300
		4,00%	6,67%	37,00%	32,67%	19,67%	100,0%
Penilaian responden terhadap berita dengan cepat tanpa memeriksa kebenaran	2. Saya menilai dengan cepat tanpa memeriksa kebenaran isinya setiap kali saya mendengar desas-desus tentang COVID-19	96	83	67	31	23	300
		32,00%	27,67%	22,33%	10,33%	7,67%	100,0%

Keyakinan responden akan berita tidak mengandung distorsi kebenaran yang berbahaya	3. Saya meyakini bahwa berita tentang COVID-19 tidak mengandung distorsi kebenaran yang berbahaya	30	44	142	58	26	300
		10,00%	14,67%	47,33%	19,33%	8,67%	100,00%
Sikap skeptis responden terhadap setiap berita yang dibaca	4. Saya tidak skeptis pada setiap berita tentang COVID-19 yang saya baca	25	44	102	85	44	300
		8,33%	14,67%	34,00%	28,33%	14,67%	100,00%
Identifikasi keakuratan berita	5. Saya sulit mengidentifikasi berita tentang COVID-19, apakah itu palsu atau fakta	46	72	102	51	29	300
		15,33%	24,00%	34,00%	17,00%	9,67%	100,0%
Mempertanyakan kebenaran informasi yang diperoleh dari unggahan tokoh terkenal	6. Saya tidak mempertanyakan kebenaran informasi tentang COVID-19 yang diunggah oleh tokoh terkenal di media sosial	48	96	91	37	28	300
		16,00%	32,00%	30,33%	12,33%	9,33%	100,0%
Pemeriksaan ke sumber berita saat meragukan validitas berita	7. Saya tidak memeriksa ke sumber berita jika saya meragukan validitas berita yang saya baca tentang COVID-19	86	100	61	34	19	300
		28,67%	33,33%	20,33%	11,33%	6,33%	100,0%
Mengemukakan pendapat jika ditanya mengenai suatu tren	8. Saya tidak menyampaikan pendapat saya jika ditanya mengenai sesuatu yang sedang tren	23	77	107	62	31	300
		7,67%	25,67%	35,67%	20,67%	10,33%	100,0%
Membagikan berita jika menurut responden menarik	9. Saya tidak segan untuk membagikan unggahan tentang COVID-	90	60	70	48	32	300

	19 di facebook jika menurut saya itu menarik	30,00%	20,00%	23,33%	16,00%	10,67%	100%
Mempercayai berita yang diunggah oleh orang asing di media sosial	10. Saya mudah mempercayai berita tentang COVID-19 yang diunggah oleh orang asing di media sosial seperti Facebook, Twitter, dan Instagram	89	78	88	27	18	300
		29,67%	26,00%	29,33%	9,00%	6,00%	100%

Tabel 3.16 Frekuensi Skor Jawaban Variabel Tingkat Kerentanan Mempercayai Informasi Palsu

Tabel 3.16 mengindikasikan tingkat kerentanan generasi milenial rendah dalam mempercayai informasi palsu tentang COVID-19. Hanya sebesar 8 persen responden yang menyatakan sangat setuju bahwa mereka dengan cepat menilai desas-desus tentang COVID-19 tanpa memeriksa kebenarannya dan hanya sebesar 9 persen responden yang menyatakan sangat setuju bahwa mereka selalu meyakini berita tentang COVID-19 tidak mengandung distorsi kebenaran yang berbahaya. Artinya sebagian besar lainnya berhati-hati dan tidak segera memberi penilaian dengan cepat terkait desas-desus tentang COVID-19.

Mayoritas responden mengungkapkan bahwa dirinya merasa mudah dalam mengidentifikasi kebenaran berita tentang COVID-19 dan menyatakan bahwa mereka mempertanyakan kebenaran informasi COVID-19 yang diunggah oleh tokoh terkenal di media sosial. Pada survei ini juga menunjukkan bahwa sebagian

besar responden memeriksa sumber berita jika dirinya meragukan validitas berita tentang COVID-19 serta tidak mudah mempercayai berita tentang COVID-19 yang diunggah oleh orang asing di media sosial.

Namun demikian terdapat temuan menarik pada hasil survei pada variabel ini. Sebagian besar responden menyatakan bahwa mereka tidak skeptis terhadap setiap berita tentang COVID-19 yang dibaca dan segan untuk membagikan unggahan yang dianggap menarik di media sosial seperti Facebook. Artinya meskipun terdapat beberapa hasil items survei yang menunjukkan tingkat kerentanan rendah dalam mempercayai informasi palsu tentang COVID-19, akan tetapi pada survei ini juga menunjukkan rendahnya sikap skeptis responden terhadap berita tentang COVID-19.

Data variabel di atas kemudian dikategorisasikan ke dalam variasi berupa; rendah, cenderung rendah, cenderung tinggi, dan tinggi. Kategorisasi ini tersebut meliputi:

- a. Rendah ditunjukkan dengan skor 10 - 20
- b. Cenderung Rendah ditunjukkan dengan skor 21 – 30
- c. Cenderung Tinggi ditunjukkan dengan skor 31 – 40
- d. Tinggi ditunjukkan dengan skor 41 – 50

Melalui kategorisasi tersebut maka hasil survei pada variabel Tingkat Kerentanan Generasi Milenial Dalam Mempercayai Informasi Palsu COVID-19 dapat disimpulkan sebagai berikut:

Skor	Kategori	Presentase
10 – 20	Rendah	12,67%
21 – 30	Cenderung Rendah	58,00%
31 – 40	Cenderung Tinggi	23,67%
41 – 50	Tinggi	5,67%

Tabel 3. 17 Tingkat Kerentanan Mempercayai Informasi Palsu

Hasil temuan data di atas menunjukkan bahwa sebagian besar responden memiliki Tingkat Kerentanan Mempercayai Informasi Palsu dengan kategori cenderung rendah. Hanya sebagian kecil yang termasuk kategori tinggi dan selebihnya termasuk kategori rendah dan kategori cenderung tinggi.