

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

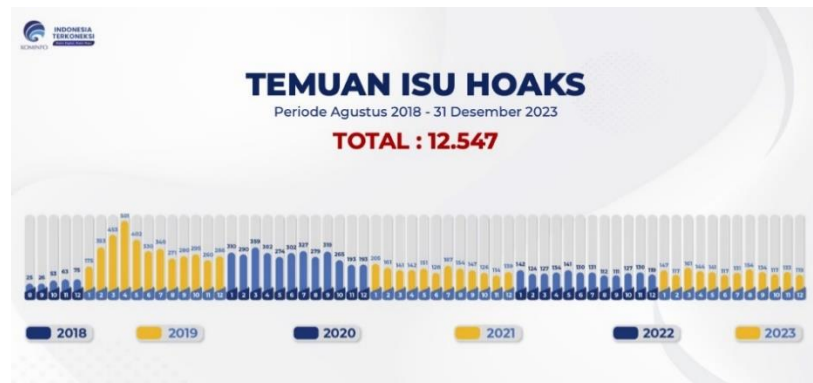
Tren kemajuan teknologi informasi dan komunikasi membuat akses terhadap internet semakin terbuka akan penggunaannya untuk penyebaran informasi. Internet menjadi perantara bagi masyarakat modern dalam memperoleh informasi yang mereka cari dan butuhkan. Menurut Menteri Komunikasi dan Informatika, Budi Arie Setiadi, adanya kemudahan akses informasi membuat hoaks berpotensi negatif bagi kedamaian di kehidupan bermasyarakat selama pesta politik lima tahunan, terlebih masih ada 42% masyarakat yang percaya terhadap disinformasi sehingga mendorong penyebaran hoaks atau disinformasi dengan lebih mudah (Sudoyo, 2024).

Juditha (2018) berpendapat bahwa hoaks dapat didefinisikan sebagai informasi atau berita yang mengandung elemen ketidakpastian atau tidak sepenuhnya berdasarkan fakta yang ada. Septiaji Eko Nugroho, pengagas Masyarakat Indonesia Anti-Hoaks, menyatakan bahwa hoaks adalah informasi yang dikonstruksi untuk mengaburkan kebenaran informasi serta dipandang sebagai upaya untuk memutarbalikkan fakta dengan menggunakan data yang tampaknya meyakinkan (Pusat Data dan Analisa Tempo).

Hoaks politik adalah sub-bagian dari hoaks yang umumnya bersentimen negatif, bertujuan untuk membangkitkan ketegangan partisan

atau semangat nasionalis (Anthony dan Moulding, 2019). Hoaks politik memainkan kepercayaan ideologi untuk menciptakan ancaman terhadap kebebasan individu, dan sering mengandung elemen-elemen konspirasi yang menunjukkan sumber-sumber kuat berupaya menerapkan rencana jahat (Ecker dkk, 2022; Farago dkk, 2020; Anthony dan Moulding, 2019)

Hoaks memiliki dampak yang destruktif bagi individu maupun dalam lingkup negara. Hoaks dapat mendorong terjadinya *mental illness* pada individu, seperti terjadinya *post-traumatic stress syndrome* (PTSD), kekerasan, hingga memicu kecemasan (Erdelyi, 2020). Hal ini disebabkan karena hoaks seringkali bersifat persuasif sehingga memunculkan emosi dalam bentuk kemarahan hingga depresi dengan mengubah cara berpikir individu tersebut (Rainaz dan Saputra, 2021). Menurut Amilin (2020), hoaks dapat memunculkan dampak sosial bagi masyarakat Indonesia dan juga membahayakan ketahanan nasional serta keutuhan NKRI bahkan memiliki potensi dalam menghambat pembangunan nasional. Ketua Presidium Masyarakat Antifitnah Indonesia, Septiaji Eko Nugroho, menyatakan bahwa penyebaran hoaks politik secara masif berdampak negatif bagi keberlangsungan demokrasi di Indonesia, merusak ketransparansian informasi, dan menghasut masyarakat menolak hasil pemilihan umum (Mosita, 2024).



Gambar 1.1 Penyebaran Isu Hoaks Agustus 2018 - Desember 2023

Sumber: Kementerian Komunikasi dan Informatika (2024)

Kementerian Komunikasi dan Informatika mengungkapkan data bahwa sejak Agustus 2018 sampai akhir tahun 2023 sejumlah 12.547 konten isu hoaks telah ditemukan. Total konten isu hoaks yang telah ditangani oleh Tim Pengais Konten Negatif (AIS) Ditjen Aplikasi Informatika (APTIKA) Kementerian Komunikasi dan Informatika di 2023 lebih banyak dibandingkan tahun 2022, yaitu sejumlah 1.615 konten. Kategori yang paling mendominasi berada di sektor kesehatan dengan ditemukan sejumlah 2.357 isu hoaks dan isu seputar kebijakan pemerintah dan penipuan menempati urutan kedua dengan jumlah 2.210 isu hoaks. Di urutan ketiga ada isu hoaks kategori politik yang telah diidentifikasi sejumlah 1.628 isu hoaks. Informasi tentang partai politik, kandidat, dan proses pemilihan umum mendominasi konten tersebut (Kementerian Komunikasi dan Informatika, 2023).

Masyarakat Antifitnah Indonesia (Mafindo) mengumpulkan total 2.330 kasus hoaks sepanjang tahun 2023 dengan 1.292 kasus hoaks yang

berhubungan dengan politik. Dari jumlah tersebut, 645 kasus di antaranya adalah hoaks terkait Pemilihan Umum 2024 dan jumlah tersebut dua kali lipat banyaknya jika dibandingkan hoaks sejenis pada Pemilihan Umum 2019 sejumlah 644 kasus (Mosita, 2024).

Masyarakat cenderung mempercayai berita yang tersebar tanpa mempertimbangkan keabsahannya sehingga tidak mengherankan jika hoaks akan terus menyebar hingga ke penerima terakhir dan tidak pernah putus (Juditha, 2019, dalam Arifianto dan Juditha, 2019). Berdasarkan Survei Literasi Digital Indonesia tahun 2022, masih ada 12% responden mengaku bahwa pernah menyebarkan berita bohong atau hoaks dan didominasi oleh alasan bahwa mereka hanya melanjutkan berita yang telah beredar tanpa mempertimbangkan apakah berita tersebut termasuk hoaks atau bukan bahkan 45% di antaranya tidak mengetahui berita yang ada terkategori hoaks (Kementerian Komunikasi dan Informatika, 2022).

West (2010) mengungkapkan bahwa perilaku penyebaran informasi termasuk dalam interaksi sosial dan interaksi simbolik yang pembentukan makna terjadi melalui proses komunikasi antara masing-masing individu yang ingin membagikan informasi meskipun bersentimen negatif, baik dengan komunikasi secara langsung maupun menggunakan teknologi. Dalam konteks penelitian ini, penyebaran informasi yang diteliti terkait dengan penyebaran hoaks politik.

Kebebasan berekspresi individu dalam *tweet*, unggahan, dan komentar telah menyebabkan pertumbuhan eksponensial dalam

Digital natives mendominasi jumlah pengguna sebesar 85,6% dari total populasi usia pengguna. Berdasarkan penelitian dari We Are Social, secara umum, mayoritas penduduk Indonesia menghabiskan lebih dari tiga jam dalam menggunakan media sosial setiap hari.

Media sosial dianggap menjadi sumber informasi dengan adanya hoaks terbanyak. Berdasarkan survei yang dilakukan Ipsos dan Unesco, sebanyak 68% dari total responden di 16 negara menilai hoaks dengan masif tersebar di media sosial misalnya X/Twitter, Youtube, Facebook, Instagram, TikTok, maupun *platform* lainnya (Muhamad, 2023). Hal ini disebabkan karena media sosial seringkali digunakan untuk menyebarkan misinformasi (cerita atau informasi palsu yang dibagikan oleh individu yang salah arah atau salah informasi) dan disinformasi (cerita atau informasi palsu yang dibagikan dengan tujuan untuk menyesatkan individu) yang secara kolektif dikenal sebagai berita palsu (Karlova dan Fisher, 2013).

Survei Mastel (2019) menunjukkan bahwa dari total 1.116 responden, individu yang menerima hoaks lebih dari satu kali per hari sebanyak 14,7% kemudian 34,6% menerima hoaks setiap hari, 23,5% menerima hoaks seminggu sekali, dan 18,2% menerima hoaks sebulan sekali. Efron dan Raj (2019) mengungkapkan bahwa paparan yang berulang-ulang dapat meningkatkan kepercayaan terhadap informasi palsu, meskipun pada awalnya dianggap meragukan. Buchanan (2020)

menjelaskan bahwa paparan dapat membentuk persepsi individu terhadap validitas informasi dan mempengaruhi perilaku berbagi.

Masifnya penyebaran hoaks juga diperkuat oleh kemampuan masyarakat dalam mengidentifikasi hoaks yang dinilai kurang memadai. Berdasarkan hasil survei pada Status Literasi Digital Indonesia 2022 hanya 48% dari total responden yang melakukan verifikasi setiap gambar, video, berita, situs, dan unggahan di media sosial kemudian masih ada 45% dari total responden masih merasa ragu-ragu atas kemampuannya dalam mengidentifikasi hoaks serta 29% dari total responden yang menganggap masalah penyebaran berita hoaks kurang penting untuk dibenahi. (Kementerian Komunikasi dan Informatika, 2022).

Ada berbagai tantangan dalam media digital yang menjadi persoalan serius, meliputi penyebaran informasi terkategori hoaks, ujaran kebencian, dan aktivitas digital lainnya yang membahayakan. UNESCO menjelaskan bahwa faktor terjadinya fenomena tersebut disebabkan oleh kurangnya kesadaran keamanan siber akibat kemampuan literasi digital yang rendah (Kementerian Komunikasi dan Informatika, 2022). Kemampuan individu dalam mengidentifikasi hoaks sangat berkaitan dengan tingkat literasi digital. Mahfud MD, Pelaksana Tugas (Plt) Menteri Komunikasi dan Informatika, mengungkapkan bahwa skor indeks literasi digital menampakkan seberapa jauh penduduk dapat membedakan tipuan, hoaks, dan fakta (MetroTV, 2023). Status Literasi Digital di Indonesia 2022 menunjukkan bahwa indeks literasi digital Indonesia naik menjadi 3,54

namun masih dalam kategori sedang dan kemampuan dalam mencari sumber informasi tercatat menjadi indikator yang paling rendah dalam pilar digital skill dengan skor 3,25 (Naurah, 2023).

Institute for Management Development dalam World Digital Competitiveness menunjukkan laporan bahwa angka literasi di Indonesia berada pada level rendah dengan berada di urutan 51 dari 63 negara dan tidak mencapai rata-rata angka literasi digital di negara ASEAN (MetroTV, 2023). Literasi digital dalam konteks tersebut mengacu pada bagaimana khalayak memiliki akses terhadap informasi, bagaimana mereka menganalisis dan mengevaluasi informasi, dan bagaimana mereka memiliki keterampilan dalam menghasilkan pesan (Susilo dkk, 2019). Dengan demikian, pengguna media sosial di Indonesia masih belum memiliki kemampuan literasi digital yang memadai agar tidak terpengaruh oleh hoaks, khususnya di kalangan generasi Z atau dapat disebut sebagai generasi kedua *digital natives*.

Generasi Z dan generasi milenial termasuk dalam kelompok masyarakat *digital native*. Menurut Prensky (2001), ada dua kelompok masyarakat di era digital, yakni *digital immigrant* dan *digital native*. *Digital immigrant* merupakan istilah untuk golongan masyarakat yang lahir sebelum memasuki periode serba digital atau sebelum 1980-an dan mulai menggunakan teknologi digital di usia dewasa sedangkan *digital native* merujuk kepada kelompok masyarakat yang lahir setelah 1980-an dan sudah familiar dengan internet ataupun teknologi sejak awal kehidupan

mereka (Prensky, 2001). *Digital natives* generasi pertama (GDN-1) lahir setelah tahun 1980 sementara generasi kedua dari *digital natives* (GDN-2) lahir setelah tahun 1990 (Helsper dan Eynon, 2009; Matang dkk, 2023).

Digital natives menggunakan internet untuk melakukan segalanya, seperti bersosialisasi, hiburan, bekerja, dan belajar (IDN Research Institute, 2024). Ibrahim (2011) dalam Supratman (2018), *digital natives* dipandang sebagai generasi penerus yang tumbuh dalam konteks budaya baru yang dipenuhi dengan interaksi media digital, cenderung menarik diri (desosialisasi), lebih memilih berkomunikasi dengan cara pribadi, serta memiliki kemahiran dalam penggunaan komputer. Rusadi (2014) dalam Rainaz dan Saputra (2021) mengatakan bahwa dibandingkan dengan *digital immigrant*, kelompok *digital native* berpendapat bahwa mengkonsumsi media berita berbasis internet adalah pilihan yang lebih baik. Terhubung secara konstan atas informasi telah membentuk *digital native* untuk memiliki kesadaran sosial dan bersedia bersuara mengenai isu-isu yang mereka pedulikan (Unithree, 2021)

Keterampilan *digital native* di era internet saat ini yang memungkinkan akses informasi tanpa batas tidak dapat selamanya dikatakan seimbang dengan keterampilan mereka untuk menilai kualitas informasi yang diterima (Manalu dkk, 2018). Meluasnya aktivitas digital, khususnya di kalangan *digital native*, tidak diimbangi dengan kesadaran yang memadai terkait perlindungan data pribadi dan etika berinternet. Maraknya penggunaan berita, foto, dan video hoaks adalah salah satu

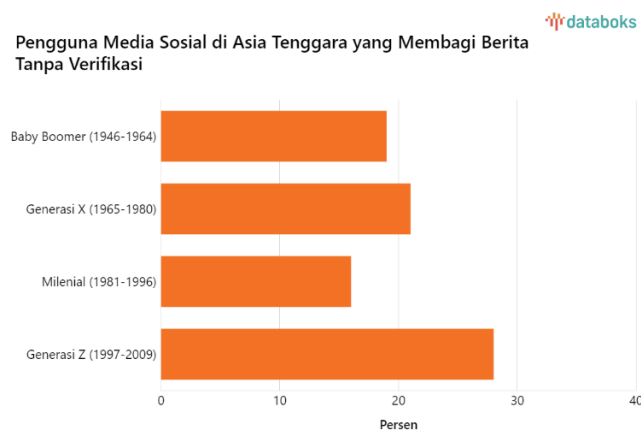
persoalan yang dihadapi *digital native* di era internet saat mendapatkan akses ke informasi (Supratman, 2018). Penyebaran berita palsu paling umum terjadi di kalangan anak muda, mengingat mereka adalah pengguna alami teknologi dan internet, yang berarti mereka menerima dan berbagi data dan berita dalam jumlah besar melalui saluran digital (Ornelas dan Mena, 2020).

Berdasarkan penelitian dari Stanford University di Amerika Serikat, generasi Z yang termasuk generasi kedua '*digital natives*', juga disebut '*digital naive*' karena 82% dari total peserta generasi Z tidak dapat mengidentifikasi perbedaan antara berita dan iklan (Wineburg, 2019). Penelitian yang dilakukan oleh The Conversation juga menunjukkan bahwa 647 generasi Z berkontribusi, 83% dari total partisipan suka sekali menilai informasi yang diberikan termasuk berita yang valid meskipun faktanya terkategori berita palsu (Arini dkk, 2022). Hal ini dapat disebabkan oleh tingkat literasi digital yang rendah. Sementara itu, berdasarkan Status Literasi Digital di Indonesia 2021, jumlah generasi Z lebih besar dari rata-rata nasional dengan 59,7% atau hampir 60% generasi Z termasuk dalam kategori kelompok responden yang memiliki literasi digital tinggi dan hampir 55% generasi Y masuk dalam kategori kelompok partisipan dengan literasi digital tinggi (Kementerian Komunikasi dan Informatika, 2021).

Di tahun 2023, generasi Z atau generasi kedua *digital native* memiliki skor 3,76 untuk total indeks literasi digital dan tertinggi kemudian generasi Y di urutan kedua dengan skor 3,66 (Annur, 2023). Meskipun

demikian, tingkat literasi digital tidak berjalan selaras dengan kemampuan *digital native* untuk tidak mengonsumsi hoaks. Menurut Rahmawati dkk (2020) para *digital immigrant* cenderung lebih berpikir kritis, bijak, serta tenang dibandingkan *digital native*.

Faktor demografis dilaporkan mempengaruhi cara individu mengonsumsi sebuah informasi. American Press Institute (2014) dan Preston (2019) melaporkan bahwa generasi muda lebih sering mengonsumsi dan berbagi berita dibandingkan dengan orang yang lebih tua.



Gambar 1.3 Klasifikasi Usia Pengguna Media Sosial di Asia Tenggara yang Membagikan Berita Tanpa Melakukan Verifikasi

Sumber: Databoks (Pusparisa, 2021)

Di Asia Tenggara, berdasarkan laporan Kaspersky, sejumlah 28% Generasi Z (1997-2009) melakukan perilaku berbagi berita tanpa verifikasi di media sosial dan menjadi kelompok dominan dalam penelitian ini kemudian 16% generasi milenial (1981-1996) berkontribusi dalam aktivitas membagikan berita tanpa melakukan cek fakta (Pusparisa, 2021).

Penyebaran berita hoaks yang terjadi di kalangan generasi Z didorong oleh ketidakpedulian mereka terhadap kebenaran suatu berita dan juga mereka merasa bangga karena menjadi seorang informan yang berguna untuk kalangannya (Tara, 2021). Studi lain juga menunjukkan bahwa generasi Y atau milenial berkontribusi pada penyebaran hoaks, baik disengaja maupun tidak (Raharjo dkk, 2020).

Penelitian dari Rahmawati dkk (2020) menunjukkan bahwa *digital natives* sering merasa percaya diri dengan kompetensi literasi mereka namun sebenarnya mereka memiliki keterbatasan dalam memahami informasi yang dianggap kredibel. Walaupun mereka tumbuh dalam lingkup ekosistem digital, aspek emosional mengarahkan mereka untuk konsumsi hoaks. *Digital natives* sering mengabaikan upaya untuk memverifikasi informasi yang mereka terima karena terpengaruh oleh faktor kebutuhan terkait isu-isu keseharian sehingga mendorong mereka untuk cepat mengkonsumsi kebutuhan tersebut. Kemudian, Rahmawati dkk juga menambahkan bahwa generasi *digital native* memiliki kesulitan dalam pemrosesan informasi, khususnya hoaks, seperti jika hoaks yang disebarkan oleh figur publik yang mereka idolakan dapat langsung diterima.

Perilaku menyimpang dalam penggunaan internet, seperti penyebaran hoaks, dapat dihubungkan dengan fenomena psikologis manusia, yaitu *Fear of Missing Out* (FoMO) (Talwar dkk, 2019 dan Pundir dkk, 2020). FoMO memunculkan kebutuhan agar senantiasa tetap

terhubung ke jejaring sosial. Elhai dkk (2016) mengatakan bahwa orang-orang yang memiliki tingkat FoMO tinggi umumnya intensitas ponsel pintar mereka terkategori sering dalam mencukupi kebutuhan tetap terhubung. Rasa takut ketinggalan (FoMO) adalah konstruksi kepribadian baru yang melibatkan keengganan untuk melewatkan informasi penting, termasuk informasi sosial (Billieux dkk, 2015 dalam Elhai dkk, 2016).

Menurut Stillman (2018), kekhawatiran paling umum yang dimiliki generasi *digital natives* adalah ketakutan bahwa mereka akan ketinggalan berita menarik serta ketakutan akan dianggap tidak populer atau mengalami *Fear of Missing Out* (FoMO). Fenomena FoMO termasuk pengaruh negatif yang disebabkan oleh perilaku dalam mengakses media sosial secara berlebihan (Kusumaisna dan Satwika, 2023). Alvara Research Center mengeluarkan pernyataan laporan bahwa *internet addicted user* atau pecandu internet didominasi oleh kalangan generasi Z dengan jumlah waktu akses internet lebih dari 7 jam per hari (Annur, 2022).

Digital native seringkali dikaitkan dengan fenomena *Fear of Missing Out* (FoMO). Data yang dikumpulkan dari survei 638 remaja Indonesia memperlihatkan sejumlah 412 remaja atau sekitar 64,6% dari populasi merasakan FoMO di media sosial (Kaloeti dkk., 2021). Sebagai contoh, dalam konteks politik, pemilih pemula yang didominasi oleh *digital native* dinilai cenderung tidak mempertimbangkan gagasan dari kandidat tetapi lebih dipengaruhi oleh FoMO. *Digital native* generasi kedua dianggap memilih pasangan calon presiden dan wakil presiden 2024 akibat

dipengaruhi tren kampanye para pasangan calon yang masif di media sosial, seperti kampanye citra “Gemoy” dari pasangan calon presiden dan wakil presiden Prabowo Subianto dan Gibran Rakabuming (Sanita, 2024).

1.2 Rumusan Masalah

Tingginya penggunaan media sosial sebagai sumber informasi dan kemudahan dalam menyebarkan serta memproduksi informasi yang ditawarkan oleh fitur-fitur di media sosial menjadikan penyebaran informasi semakin masif. Kompetensi literasi digital menjadi keterampilan esensial bagi masyarakat Indonesia di tengah gempuran informasi-informasi yang tidak terverifikasi kebenarannya. Idealnya, *digital natives* yang sudah familiar dengan internet dan memiliki indeks literasi digital tinggi akan mampu menyaring informasi dengan kritis sehingga mampu menjadi agen penggerak dalam mengurangi penyebaran informasi hoaks di media sosial.

Namun, penyebaran hoaks masih terbilang masif. Sepanjang Agustus 2018-Desember 2023 telah ditemukan 12.547 konten hoaks yang telah disebarkan dengan tiga kategori teratas, yaitu kesehatan, kebijakan pemerintah, dan politik. (Kementerian Komunikasi dan Informatika, 2024). Meskipun, generasi kedua *digital natives* memiliki indeks literasi digital yang tinggi, kenyataannya kelompok ini turut serta dalam menyebarkan informasi hoaks di media sosial. Bahkan, kompetensi literasi *digital natives* di era digital saat ini dinilai tidak seimbang dengan keterampilan mereka dalam menilai kualitas dan memahami informasi yang dianggap kredibel.

Seperti berdasarkan laporan Kaspersky, sejumlah 28% dari total responden merupakan generasi kedua *digital natives* (1997-2009) melakukan perilaku berbagi berita tanpa verifikasi di media sosial dan menjadi kelompok dominan dalam penelitian ini (Pusparisa, 2021).

Generasi kedua *digital natives* yang termasuk dalam fase remaja dinilai sebagai individu yang sedang mengalami pencarian jati diri untuk mengetahui dan menjelaskan siapa dirinya dan apa dampaknya bagi masyarakat. Mereka cenderung mencari validasi di media sosial dengan selalu mengikuti tren dan mencari pengikut sebanyak-banyaknya. Hal ini menjadikan generasi kedua *digital natives* selalu mengakses media sosial. Mereka takut akan ketinggalan informasi menarik dan menjadi tidak populer atau mengalami *fear of missing out*. Dengan kondisi psikologis seperti itu, penggunaan media sosial dapat menjadi tidak terkontrol dan akan menimbulkan perilaku menyimpang seperti menyebarkan informasi hoaks. Berdasarkan pemaparan tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan antara kompetensi literasi digital dan *fear of missing out* (FoMO) dengan perilaku penyebaran hoaks politik di media sosial pada kalangan generasi kedua *digital natives*.

1.3 Tujuan Penelitian

1. Mengetahui hubungan antara tingkat kompetensi literasi digital dengan perilaku penyebaran hoaks politik di media sosial pada kalangan generasi kedua *digital natives*

2. Mengetahui hubungan antara tingkat *Fear of Missing Out* (FoMO) dengan perilaku penyebaran hoaks politik di media sosial pada kalangan generasi kedua *digital natives*.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Akademis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menguatkan *social judgment theory* dan *social comparison theory* dalam mengkaji hubungan antara tingkat kompetensi literasi digital dan tingkat *Fear of Missing Out* (FoMO) dengan perilaku penyebaran hoaks politik di media sosial pada kalangan generasi kedua *digital natives*.

1.4.2 Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak yang mampu mengambil manfaat langsung dari penelitian ini, yaitu kelompok *digital natives*, karena penelitian ini akan memberikan wawasan berharga untuk memahami hoaks dan risiko penyebarannya serta meningkatkan sikap kritis sebagai bentuk perlindungan diri dari hoaks.

1.4.3 Manfaat Sosial

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia, Dinas Komunikasi dan Informatika, dan organisasi masyarakat sipil yang bergerak di bidang literasi digital, seperti

Masyarakat Anti Fitnah Indonesia (Mafindo) dan Jaringan Pegiat Literasi Digital (Japelidi) yang tidak terdampak secara langsung karena memungkinkan mereka untuk mengembangkan strategi yang efektif dalam meningkatkan kompetensi literasi digital media pada *digital natives* di Indonesia sebagai upaya untuk memberantas penyebaran hoaks politik di media sosial.

1.5 Kerangka Teori

1.5.1 Paradigma Penelitian

Penelitian ini menerapkan paradigma positivistik. Dalam paradigma positivistik, cara pandang didasarkan pada hal-hal yang bersifat empirik (Sutoyo dan Sodik, 2015). Paradigma ini meyakini bahwa metode yang tepat untuk mengumpulkan data adalah dengan mengamati fenomena secara langsung dan atau mengukurnya menggunakan survei atau instrumen lainnya (Bell dkk, 2019). Positivisme selaras dengan model sains hipotetis-deduktif yang didasarkan pada verifikasi hipotesis apriori dan eksperimen dengan mengoperasionalkan variabel dan ukuran sehingga studi-studi yang selaras dengan positivisme umumnya fokus pada identifikasi hubungan penjelas atau hubungan sebab-akibat melalui pendekatan kuantitatif (Park dkk, 2020). Pengujian hipotesis, analisis statistik, dan ekstrapolasi hasil ke populasi yang lebih luas merupakan prosedur yang ditekankan oleh positivisme dan metodologi penelitian kuantitatif (Creswell dkk, 2021).

Konteks penelitian ini akan menekankan pada objektivitas, ketepatan dalam pengukuran, pengujian hipotesis, dan kemampuan untuk menggeneralisasikan pendapat, sikap dan praktik dari populasi generasi kedua *digital natives* yang luas. Dengan menggunakan paradigma positivisme dan metode kuantitatif, penelitian ini bertujuan untuk memberikan data hasil yang faktual dan dapat berkontribusi pada pemahaman yang lebih baik tentang bagaimana hubungan kompetensi literasi digital dan *fear of missing out* dengan perilaku penyebaran hoaks politik di media sosial pada kalangan generasi kedua *digital natives*.

1.5.2 State of The Art

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

Penelitian pertama berjudul “Why Do People Share Fake News? Associations Between The Dark Side Of Social Media Use And Fake News Sharing Behavior” oleh Shalini Talwar, Amandeep Dhir, Puneet Kaur, Nida Zafar, dan Melfi Alrasheedy pada tahun 2019. Penelitian ini mengkaji hubungan sisi gelap penggunaan media sosial dan perilaku berbagi berita palsu di kalangan pengguna media sosial. Penelitian ini disebarakan di tiga universitas negeri dan swasta yang berbeda di Lahore, Pakistan. Penelitian ini menggunakan *cross-sectional survey* dari 1022 pengguna media

sosial dengan usia partisipan antara 18 hingga 30 tahun. Dasar teori yang digunakan adalah *Social Comparison Theory*, *Self-Determination Theory*, dan *Rational Choice Theory* serta penelitian penting di bidang psikologi dan komunikasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepercayaan online, keterbukaan diri, ketakutan akan ketinggalan (FoMO), dan kelelahan media sosial berhubungan positif dengan penyebaran berita palsu (dengan sengaja).

Penelitian kedua berjudul “Arresting Fake News Sharing On Social Media: A Theory Of Planned Behavior Approach” oleh Vartika Pundir, Elangbam Binodini Devi, dan Vishnu Nath pada tahun 2020. Tujuan penelitian ini adalah menguji dampak kolektif dari kesadaran dan pengetahuan tentang berita palsu, sikap terhadap verifikasi berita, kontrol perilaku yang dirasakan, norma subjektif, takut ketinggalan (FoMO) dan sadisme terhadap niat pengguna media sosial untuk memverifikasi berita sebelum berbagi di media sosial. Kerangka konseptual penelitian ini dikembangkan melalui tinjauan literatur komprehensif tentang jaringan sosial dan *theory of planned behavior*. Data sampel dikumpulkan dari 400 responden di India untuk menguji kerangka konseptual menggunakan *partial least square–structural equation modeling technique*. Penelitian ini menemukan kesadaran dan pengetahuan, kontrol perilaku yang dirasakan, sikap terhadap verifikasi berita, dan FoMO merupakan

prediktor signifikan terhadap niat untuk memverifikasi berita sebelum menyebarkannya.

Penelitian ketiga berjudul “Infodemic and Digital Literacy: The Role of Digital Literacy in Combating Misinformation of COVID-19 on Facebook” oleh Lama A. Bicher dan Shrook A. Fathy pada tahun 2021. Penelitian ini menyoroti relevansi topik media sosial Facebook yang menjadi peran penting dalam menyebarkan informasi tentang virus COVID-19 serta mempersulit penggunanya mencari sumber informasi yang benar diantara jutaan konten misinformasi dengan SDG no. 3 (Kesehatan dan Kesejahteraan yang Baik) dan SDG no.4 (Pendidikan Berkualitas). Populasi penelitian ini adalah pengguna media sosial Facebook di Mesir dengan menggunakan survei online kepada 300 responden. Teori yang digunakan adalah *The Affordance Theory and Cognitive Load Theory*. Penelitian ini menemukan bahwa tiga variabel dari enam variabel yang termasuk dalam kompetensi literasi digital, yaitu berbagi informasi, pencarian status, dan *information overload* telah terbukti berhubungan positif dengan berbagi informasi palsu tentang COVID-19 di Facebook oleh pengguna dewasa muda dan dewasa Mesir dari kelas menengah dan menengah atas yang memiliki tingkat keterampilan literasi digital yang rendah.

Penelitian keempat berjudul “Pengaruh Tingkat Literasi Media terhadap Perilaku Penyebaran *Hoax* di Kalangan Generasi Z

(Studi pada Siswa SMA Negeri 4 Depok)” oleh M Rizky Kertanegara, Alya Nabila, Cita Nanda Berlian, Eva Jeaniffer, Fenny Dwi, dan Iffah Sabrina pada tahun 2020. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana tingkat literasi media memengaruhi perilaku penyebaran hoaks pada generasi Z. Metode penelitian ini adalah kuantitatif eksplanatori melalui penyebaran kuesioner kepada 67 responden yang merupakan siswa SMA Negeri 4 Depok. Konsep yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsep *Media Literacy* dengan tujuh dimensi serta Perilaku Penyebaran *Hoax* dengan tiga dimensi. Teori yang menjadi dasar penelitian adalah *Social Learning Theory*. Hasil penelitian mengungkapkan bahwa variabel tingkat literasi media (X) terhadap perilaku penyebaran *hoax* (Y) pada generasi Z berpengaruh signifikan secara parsial. Keterampilan literasi media sebagian besar responden hanya pada tingkat dasar, dengan kontribusi 35,7%.

Penelitian kelima berjudul “Literasi Digital Sebagai Upaya Preventif Menanggulangi *Hoax*” oleh Anisa Rizki Sabrina pada tahun 2018. Jenis penelitian menggunakan metode kepustakaan kualitatif dengan mengumpulkan berbagai macam literatur baik berupa majalah, artikel jurnal dan bentuk literatur lain yang berhubungan dengan tema penelitian. Dasar teori penelitian ini adalah *Self-Control Theory*. Hasil penelitian mengungkapkan bahwa literasi digital dapat menjadi solusi untuk mengatasi persoalan

informasi palsu (*hoax*) di era *post-truth*, dengan memperkenalkan ciri-ciri berita palsu, tata cara verifikasi informasi, hingga memeriksa kemajuan informasi yang diduga termasuk kategori *hoax*. Literasi digital menekankan kemampuan seseorang untuk menggunakan media digital secara kritis, termasuk media sosial, yang melibatkan kompetensi teknologi, pengetahuan, dan sosial dalam memproses informasi.

Penelitian keenam berjudul “Implikasi Literasi Media Dalam Mengubah Perilaku Masyarakat Kota Pontianak Terhadap Kabar Bohong” oleh Netty Herawati, Aliyah Nur’aini Hanum, dan Dewi Utami pada tahun 2019. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif. Penelitian ini menggunakan wawancara mendalam dengan 10 informan yang dibagi atas 2 kategori, individu yang turut serta dalam pelatihan mengenai literasi media dan belajar secara mandiri. Dasar teori yang digunakan adalah teori penilaian sosial (*Social Judgment Theory*) Muzafer Sherif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa implikasi literasi media memiliki dampak pada transformasi perilaku masyarakat saat memberikan respons terhadap kabar bohong, terutama dalam kontrol diri individu untuk tidak rentan menyebarkan suatu informasi meskipun dianggap menarik. Individu menyeleksi pesan dan hanya ingin menyebarkan pesan yang dianggap akurat dan tidak merugikan orang lain. Hal ini termasuk kategori *latitude of noncommitment*.

Keenam penelitian di atas membahas tentang perilaku penyebaran hoaks, apa yang mempengaruhi perilaku penyebaran hoaks, dan beberapa variabel yang berhubungan pola konsumsi media sosial dan keterampilan literasi media digital. Penelitian ini membawa pembaruan mengenai kombinasi dari kompetensi literasi digital dan *fear of missing out* (FoMO) yang belum pernah dilakukan penelitian terdahulu ketika membahas fenomena perilaku penyebaran hoaks. Oleh karena itu, peneliti menggabungkan konsep fenomena perilaku penyebaran hoaks *digital natives* di media sosial dengan kompetensi literasi digital dan *fear of missing out* (FoMO).

1.5.3 Kompetensi Literasi Digital

Seorang pengguna dengan kecakapan literasi digital tinggi mampu menjalankan perangkat serta menggunakan media digital dengan penuh tanggung jawab (Astuti dkk, 2021). Maka dari itu, konsep literasi digital mencakup penekanan pada pemikiran kritis dan evaluasi. Kemampuan di bidang ini sering kali mencakup pencarian dan akses berbagai macam konten serta evaluasi informasi dan alat secara kritis (Feerrar, 2019).

Konsep literasi digital mulai dipopulerkan pada tahun 1997 oleh Paul Gilster yang menekankan pentingnya mekanisme untuk berpikir kritis saat berinteraksi dengan media digital, termasuk kompetensi dan keterampilan teknis dalam mengakses serta menggunakan media digital (Seputro, 2020).

Gilster menyatakan bahwa memperoleh literasi digital melibatkan penguasaan seperangkat kompetensi inti. Gilster mengemukakan empat kompetensi inti literasi digital, yaitu *evaluating information content* (evaluasi konten) atau kemampuan untuk membuat penilaian yang tepat tentang apa yang ditemukan secara online, *navigating hypertext* (navigasi hipertekstual) atau keterampilan membaca dan memahami dalam lingkungan hiperteks yang dinamis, *searching the internet* (pencarian di internet) atau keterampilan pencarian dengan menggunakan mesin pencarian, dan *knowledge assembly* (penyusunan pengetahuan) atau mengkollektifkan informasi kredibel dari berbagai sumber serta mengevaluasi fakta dan opini dengan menjaga ketiadaan bias (Gilster, 1997).

Definisi literasi digital dibentuk oleh tiga prinsip utama yang meliputi kemampuan dan wawasan untuk menggunakan berbagai aplikasi perangkat lunak dan perangkat keras, keterampilan untuk mengevaluasi konten digital secara kritis, serta kemampuan kreatif berbasis teknologi digital (Media Awareness Network, 2010).

Sifat tumpang tindih kehadiran literasi informasi dalam kerangka literasi digital mencerminkan kompleksitas yang lebih luas dalam hubungan antara literasi digital, literasi informasi, literasi data, literasi media, dan lainnya. Misalnya, Alexander dkk (2017)

menggambarkan literasi digital sebagai kombinasi literasi informasi dan media.

Kemudian, Mackey dan Jacobson (2011) menggambarkan literasi informasi sebagai metaliterasi yang mencakup literasi digital, literasi media, literasi visual, dan kelancaran teknologi informasi. Dalam perkembangannya, literasi digital tidak hanya diinterpretasikan sebagai keterampilan khalayak dalam mengkonsumsi informasi tetapi juga dilihat dalam konteks yang lebih luas termasuk bagaimana faktor-faktor lain mempengaruhi antara interaksi khalayak dan informasi tersebut (Limilia dan Aristi, 2019).

Jaringan Pegiat Literasi Digital atau Japelidi mendefinisikan literasi digital adalah sebuah konsep yang mengarah pada mediasi antara teknologi dengan khalayak atau user untuk mempraktikkan teknologi digital secara produktif, maka gerakan literasi digital pun dirancang dan diselenggarakan di berbagai wilayah. Tujuan dari kegiatan literasi digital pada dasarnya sama walaupun aktivitasnya bervariasi (Kurnia & Astuti, 2017). Ada 10 kompetensi yang digunakan Japelidi dalam mengukur literasi digital masyarakat Indonesia, yaitu mengakses, menyeleksi, memahami, menganalisis, memverifikasi, mengevaluasi, mendistribusikan, memproduksi, berpartisipasi, dan berkolaborasi.

1.5.4 Fear of Missing Out (FOMO)

FoMO merupakan istilah yang dikenalkan pada tahun 2004 dan secara luas dipopulerkan pada tahun 2010 dalam mendeskripsikan fenomena seputar situs jejaring sosial (Gupta dan Sharma, 2021). FoMO adalah kondisi kecemasan psikologis yang melibatkan keengganan untuk melewatkan informasi penting, termasuk informasi sosial (Elhai dkk, 2016). FoMO mengakibatkan kebutuhan untuk selalu hadir, tetap terhubung, serta mengawasi keseluruhan aktivitas media sosial orang lain (Jannah, 2022).

Przybylski dkk (2013) menyatakan bahwa FoMO yang lebih tinggi berhubungan dengan rendahnya regulasi diri dan kepuasan pada kebutuhan psikologis. Berdasarkan *Self Determination Theory* (Przybylski dkk, 2013), regulasi diri yang efektif dan kesehatan secara psikologis dapat dilihat dari kepuasan pada tiga kebutuhan dasar psikologis pada individu, yaitu kompetensi (kapasitas individu untuk melakukan tindakan atau perilaku tertentu secara efisien dan efektif), otonomi (kapasitas individu dalam menentukan tindakannya sendiri), dan keterhubungan (kebutuhan individu dalam memiliki kesempatan lebih dalam lingkungan sosial). FoMO juga berhubungan dengan faktor motivasi, perilaku, kesejahteraan, dan demografi.

Indikator *fear of missing out* (FoMO) berdasarkan Przyblyski dkk (2013) sebagai berikut:

a) Kebutuhan akan *relatedness*

Relatedness atau keinginan untuk berhubungan dengan orang lain adalah kebutuhan seseorang untuk merasakan perasaan terhubung dan kebersamaan dengan orang lain. Jika kebutuhan akan *relatedness* tidak terpenuhi menyebabkan individu merasa cemas dan mencoba mencari tahu pengalaman dan apa yang dilakukan orang lain, misalnya melalui sosial media

b) Kebutuhan akan *self*

Kebutuhan ini berkaitan dengan *competence* dan autonomy. Jika kebutuhan akan *self* tidak terpenuhi, individu akan memperoleh berbagai informasi apa yang dilakukan orang lain untuk meningkatkan kompetensi.

FoMO dapat dilihat sebagai reaksi psikologis yang dialami individu akibat pengucilan sosial sehingga memiliki kecenderungan tinggi untuk mencari popularitas dan rasa memiliki (Beyens dkk, 2016). Karakteristik FoMO secara keseluruhan tampak sederhana tetapi ketika ditinjau secara mendalam, individu tersebut cenderung menunjukkan kegiatan, pendapat, maupun minat secara eksekutif sehingga tidak memiliki kontrol diri yang baik saat mengakses media sosial (Aisafitri & Yusrifah, 2020). FoMO diketahui memperburuk perilaku yang tidak diinginkan, seperti kurangnya pengaturan diri (Balakrishnan dkk, 2021).

FoMO dapat diukur dalam konteks spesifik lainnya. Budnick dkk (2020) mengembangkan instrumen yang secara khusus mengukur FoMO dalam konteks lingkungan kerja. Skala tersebut mencakup dua dimensi, yaitu pengecualian relasional dan pengecualian informasi. Dalam dimensi sosial, Alt (2015) menambahkan dua dimensi untuk memfasilitasi penelitian tentang penggunaan media sosial selama proses pembelajaran, yaitu News FoMO dan Commercial FoMO. Secara khusus, dimensi News FoMO melibatkan aktivitas yang berkaitan dengan berita, seperti perilaku selama kelas berlangsung yang sering memeriksa notifikasi diluar konteks kegiatan akademik sedangkan dimensi Commercial FoMO mengacu pada perilaku selama kegiatan pembelajaran untuk mencari dan berbagi informasi tentang penjualan, diskom, dan kupon yang tersedia melalui media sosial.

Kemudian Abel dkk (2016) mengkategorikan FoMO berdasarkan komponen psikologis: rasa diri, interaksi sosial, dan kecemasan sosial. Wegman dkk. (2017) juga berpendapat bahwa FoMO tidak bersifat unidimensional tetapi memiliki dua faktor penyusun (bifaktorial), yaitu faktor predisposisi individu (trait-FoMO) dan faktor dari dampak penggunaan internet itu sendiri (state-FoMO).

Di Indonesia, Kaloeti dkk (2021) telah mengembangkan 12-item *Fear of Missing Out* dari 10-item *Fear of Missing Out* Przybylski dkk (2013) yang dibagi dalam 3 dimensi, yaitu

1. *Missed experience*

Pengalaman yang terlewatkan mengacu pada emosi negatif karena tidak terlibat atau melewatkan aktivitas tertentu di media sosial.

2. *Compulsion*

Kompulsi mengacu pada kebutuhan untuk mengurangi kecemasan yang cenderung menjadi rutinitas tanpa motivasi yang rasional. Individu akan selalu mencari tahu informasi terkait apa yang orang lain lakukan melalui internet atau media sosial untuk mengatasi kecemasan yang dirasakan.

3. *Comparison with friends.*

Individu cenderung membandingkan status dirinya dengan lingkungan teman mereka untuk mencari validasi atau menilai kemampuan yang mereka miliki dalam konteks lingkungan sosial.

1.5.5 Perilaku Penyebaran Hoaks Politik

Benyamin Bloom (Fitriany, 2016) mengkategorikan pembentukan tingkah laku dalam tiga fase, yaitu pengetahuan (kognitif), sikap (afektif), dan tindakan (psikomotor). Berbagai

faktor pendorong dalam pembentukan perilaku meliputi rangsangan internal maupun eksternal, seperti pengetahuan, sikap, pengalaman, keyakinan, saran, budaya, dan sosial (Juditha, 2020).

Dalam era digital, Cesaro (Nasrullah, 2014) menyebut khalayak bisa menjadi konsumen sekaligus produsen informasi (prosumer). Term prosumer merupakan penggabungan dari kata “producer” dan “consumer”. Term ini untuk menggambarkan bagaimana dalam konteks karakteristik khalayak di media siber yang tidak hanya sebagai konsumen dari informasi yang dipublikasikan, tetapi juga untuk melihat bagaimana aktivitas khalayak memproduksi informasi tersebut (Murfianti, 2018). Kegiatan yang dilakukan prosumer adalah mengonsumsi, memproduksi, kemudian menyebarkan informasi (Dewi, 2018). Berita hoaks atau disinformasi juga dimungkinkan timbul dari khalayak poster atau dapat disebut juga prosumer, yang gemar memproduksi informasi melalui media sosialnya (Musyaffa, 2020).

Perilaku penyebaran hoaks dapat dianggap sebagai tindakan mengaburkan fakta dengan membagi informasi palsu di media sosial maupun platform lain (Kertanegara, 2020). Rudiantara (2019) menyebutkan bahwa hoaks diciptakan oleh orang pintar tapi jahat kemudian disebar oleh orang bodoh tetapi baik. Lazer dkk (2018) membedakan antara misinformasi (informasi palsu atau

menyesatkan) dan disinformasi (informasi tidak benar yang sengaja disebarluaskan untuk menipu orang).

Chadwick dan Vaccari (2019) berpendapat bahwa bertanya kepada orang-orang apakah mereka membagikan berita menyesatkan penuh dengan kesulitan karena orang cenderung tidak melaporkan perilaku ini karena biasa keinginan sosial-motivasi untuk menghindari citra “orang jahat”. Beberapa permasalahan lainnya adalah jarang ada perbedaan jelas antara berita yang “berkualitas baik” dan “berkualitas buruk”, orang mungkin baru menyadari berita yang mereka bagikan menyesatkan setelah mereka membagikannya, dan adanya konteks di mana orang membagikan informasi yang salah itu penting. Pertanyaan survei yang paling mendekati untuk dapat menangkap beberapa pengalaman orang ketika membagikan berita bermasalah di media sosial berasal dari survei Pew Research Center tahun 2016 tentang berbagi berita, yaitu:

“Terkadang orang mungkin orang mungkin membagikan berita di media sosial yang ternyata tidak sepenuhnya akurat atau dibesar-besarkan. Dalam sebulan terakhir, apakah Anda ingat pernah membagikan berita yang...”

1. tampaknya akurat pada saat itu tetapi kemudian Anda menemukan bahwa berita tersebut dibuat-buat
2. dilebih-lebihkan namun Anda tidak menyadarinya

3. dilebih-lebihkan namun Anda menyadarinya
4. Anda berpikir bahwa itu dibuat-buat ketika Anda membagikannya (Chadwick dan Vaccari, 2019).

Hoaks bertujuan untuk mempengaruhi kepercayaan pembaca dan mendorong mereka untuk bertindak berdasarkan isi informasi yang sering kali dengan menodai kredibilitas dan citra tertentu (Juditha, 2020).

Terdapat empat karakteristik hoaks menurut Fredal (2014), yakni:

1. hoaks adalah bentuk pengetahuan yang bersifat publik;
2. hoaks tidak hanya memuat aneka teks tetapi juga menampilkan kejadian-kejadian yang “dipanggungkan”;
3. hoaks ditujukan kepada khalayak tertentu yang dibuat menjadi objek cemoohan
4. hoaks tumbuh di budaya persaingan.

Sya'diyah dan Anggraini (2020) menyatakan bahwa hoaks dalam perkembangannya tidak hanya digunakan untuk sarana bully tetapi juga para elit politik memanfaatkannya untuk mengukur seberapa efektif hoaks dan menggunakannya sebagai strategi kampanye terselubung.

Menurut Ferdinandus Setu, Plt Kepala Biro Hubungan Masyarakat Sekretariat Jenderal Kementerian Komunikasi dan

Informatika pada tahun 2019, ada tiga kategori pelaku penyebaran hoaks:

1. individu yang meyakini bahwa semua informasi pada internet merupakan kebenaran
2. individu dengan tingkat intelektualitas tinggi namun dengan motif politik untuk merusak lawan politiknya sehingga mereka turut menyebarkan hoaks
3. individu berorientasi profit yang menyebarkan informasi hoaks demi keuntungan pribadi (Wijaya, 2019).

1.5.6 Hubungan Kompetensi Literasi Digital dengan Perilaku Penyebaran Hoaks Politik di Media Sosial pada Kalangan Generasi Kedua Digital Natives

Social Judgment Theory dapat digunakan untuk mengetahui dan menjelaskan hubungan tingkat kompetensi literasi digital dengan perilaku penyebaran hoaks politik di media sosial pada kalangan generasi kedua *digital natives*. Sherif dalam Griffin (2011) mendefinisikan *social judgment theory* sebagai penjelasan tentang bagaimana seseorang mendengarkan dan menilai sebuah pesan dengan mempertimbangkan sudut pandang seseorang saat itu untuk menentukan perilaku selanjutnya sebagai bentuk tanggapan dari pesan yang diterima. Sementara menurut Littlejohn, Foss, dan Oetzel (2017) menyatakan *social judgment theory* adalah tentang bagaimana seseorang menilai dan membandingkan pernyataan atau

pesan yang dibuat berdasarkan acuan internal dan keterlibatan ego yang akan memengaruhi sistem kepercayaan. Berdasarkan beberapa definisi sebelumnya, *social judgment theory* adalah teori mengenai bagaimana seseorang menanggapi dan memaknai suatu informasi berdasarkan hasil proses penilaian dalam diri yang akan menentukan perilaku setelahnya.

Berdasarkan pernyataan Sherif dalam Griffin (2011), ada tiga tanggapan yang menentukan perilaku seseorang setelah menerima pesan. Pertama, *latitude of acceptance*, cakupan pesan atau gagasan yang masuk akal atau layak dipertimbangkan karena sesuai dengan nilai dan sudut pandang individu. Kedua, *latitude of rejection*, cakupan pesan atau gagasan yang tidak masuk akal atau tidak layak dipertimbangkan karena tidak sesuai dengan nilai dan sudut pandang individu. Ketiga, *latitude of noncommitment*, cakupan pesan atau gagasan yang tidak diterima ataupun tidak ditolak karena tidak sesuai dengan apa yang diyakini individu sehingga individu tersebut tidak memberikan respon terhadap pesan.

Latitude of acceptance dan *latitude of rejection* seseorang dipengaruhi oleh adanya keterlibatan ego atau perasaan tentang relevansi pribadi terhadap suatu masalah (Littlejohn, Foss, dan Oetzel, 2017). Seseorang dapat menginterpretasikan pesan melalui efek kontras atau asimilasi (Griffin, 2011). Efek kontras terjadi ketika seseorang menilai sebuah pesan adalah kontradiktif dengan

persepsi yang dimiliki dan pesan berada di *latitude of rejection*. Sementara, efek asimilasi terjadi ketika seseorang menilai pesan berada di *latitude of acceptance* (Griffin, 2011).

Pada penelitian ini, *social judgment theory* dianggap komprehensif dalam menjelaskan penelitian mengenai hubungan kompetensi literasi digital dengan perilaku penyebaran hoaks politik di media sosial pada kalangan generasi kedua *digital natives*. Teori ini menjelaskan bagaimana generasi kedua *digital natives* menanggapi dan memaknai informasi yang diterima dan menentukan perilaku mereka terhadap informasi tersebut berdasarkan kompetensi literasi digital yang dimiliki.

1.5.7 Hubungan Fear of Missing Out dengan dengan Perilaku Penyebaran Hoaks Politik di Media Sosial pada Kalangan Generasi Kedua Digital Natives

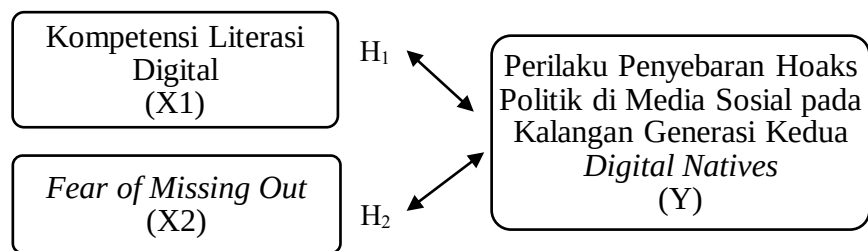
Social Comparison Theory dapat digunakan untuk mengetahui dan menjelaskan hubungan tingkat *Fear of Missing Out* (FoMO) dengan perilaku penyebaran hoaks politik di media sosial pada kalangan generasi kedua *digital natives*. Definisi *social comparison theory* menurut Festinger (1954) adalah teori yang menyatakan bahwa individu membandingkan diri mereka sendiri dengan orang lain ketika mereka membutuhkan standar eksternal untuk menilai kemampuan atau pendapat mereka.

Berdasarkan teori ini, ada dua arah perbandingan sosial. Perbandingan ke bawah adalah perbandingan terhadap orang lain yang kemampuan atau hasil yang ditunjukkan lebih buruk dibandingkan diri si pembandingan sehingga bertujuan untuk evaluasi diri. Persoalan yang muncul dari arah perbandingan ke bawah umumnya disebabkan karena seseorang dapat merasa dirinya menjadi buruk terutama ketika individu memiliki kontrol diri yang lemah. Kemudian, perbandingan ke atas yang bertujuan untuk pengembangan diri. Arah perbandingan ini cenderung dilakukan oleh individu yang memiliki self-esteem tinggi. Namun, individu dapat merasa frustrasi, cemburu, dan munculnya perasaan rendah diri. Hal ini terjadi ketika individu merasa bahwa mereka kurang mampu dalam mengendalikan peningkatan posisi mereka (Stiles dan Kaplan, 2004).

Asumsi dasar teori perbandingan sosial adalah terdapat suatu dorongan untuk mengevaluasi opini dan kemampuan seseorang. Opini dan kepercayaan individual, serta evaluasi mengenai kemampuannya merupakan determinan yang penting terhadap perilaku yang akan ditampakkannya. Festinger (1954) berpendapat bahwa orang-orang akan memilih untuk mengevaluasi opini dan kemampuan mereka dengan membandingkannya terhadap opini atau kemampuan teman sebaya atau orang dekat yang sebaya dengan mereka.

Pada penelitian ini, *social comparison theory* dianggap komprehensif dalam menjelaskan penelitian mengenai hubungan FoMO dengan perilaku penyebaran hoaks politik di media sosial pada kalangan generasi kedua *digital natives*. Teori ini menjelaskan bagaimana generasi kedua *digital natives* membandingkan diri mereka dengan orang lain serta mendorong perilaku penyebaran hoaks untuk memperoleh perhatian atau pengakuan yang sama seperti yang mereka lihat pada orang lain.

1.5.8 Kerangka Pemikiran



1.6 Hipotesis

H₁: Terdapat hubungan negatif antara kompetensi literasi digital (X1) dengan perilaku penyebaran hoaks politik di media sosial pada kalangan generasi kedua *digital natives* (Y)

H₂: Terdapat hubungan positif antara tingkat *fear of missing out* (X2) dengan perilaku penyebaran hoaks politik di media sosial pada kalangan generasi kedua *digital natives* (Y)

1.7 Definisi Konseptual

1.7.1 Kompetensi Literasi Digital

Literasi digital tidak hanya sebuah konsep dan praktik yang menitikberatkan kecakapan penguasaan teknologi tetapi lebih menekankan pada kecakapan pengguna media digital dalam melakukan proses mediasi media digital yang dilakukan secara produktif (Kurnia dan Wijayanto, 2020).

Sejak tahun 2018, Jaringan Pegiat Literasi Digital (Japelidi) secara konsisten menggunakan 10 kompetensi untuk mengukur literasi digital masyarakat Indonesia. Berikut kompetensi literasi digital menurut Japelidi:

1. Mengakses

Kompetensi dalam mendapatkan informasi politik dengan mengoperasikan media digital dalam rangka memerangi informasi hoaks politik

2. Menyeleksi

Kompetensi dalam memilih dan memilah berbagai informasi politik dari berbagai sumber yang diakses dan dinilai dapat bermanfaat untuk pengguna media digital dalam rangka memerangi informasi hoaks politik

3. Memahami

Kompetensi memahami informasi politik yang sudah diseleksi sebelumnya dalam rangka memerangi informasi hoaks politik

4. Menganalisis

Kompetensi menganalisis dengan melihat plus minus informasi politik yang sudah dipahami sebelumnya dalam rangka memerangi informasi hoaks politik

5. Memverifikasi

Kompetensi melakukan konfirmasi silang dengan informasi politik sejenis dalam rangka memerangi informasi hoaks politik

6. Mengevaluasi

Kompetensi dalam mempertimbangkan mitigasi resiko sebelum mendistribusikan informasi politik dengan mempertimbangkan cara dan *platform* yang akan digunakan dalam rangka memerangi informasi hoaks politik

7. Mendistribusikan

Kompetensi dalam membagikan informasi politik dengan mempertimbangkan siapa yang akan mengakses informasi tersebut dalam rangka memerangi informasi hoaks politik

8. Memproduksi

Kompetensi dalam menyusun informasi politik baru yang akurat, jelas, dan memperhatikan etika dalam rangka memerangi informasi hoaks politik

9. Berpartisipasi

Kompetensi untuk berperan aktif dalam berbagi informasi politik yang baik dan etis melalui media sosial maupun kegiatan komunikasi daring lainnya dalam rangka memerangi informasi hoaks politik

10. Berkolaborasi

Kompetensi untuk berinisiatif dan mendistribusikan informasi politik yang jujur, akurat dan etis dengan bekerjasama pemangku kepentingan lainnya dalam rangka memerangi informasi hoaks politik

Berdasarkan konsep tersebut, kompetensi literasi digital dinilai sebagai kemampuan individu dalam mengakses, menyeleksi, memahami, menganalisis, memverifikasi, mengevaluasi, mendistribusikan dan memproduksi informasi-informasi politik serta mampu berpartisipasi maupun berkolaborasi dengan pihak lain di media sosial dalam rangka memerangi informasi hoaks politik.

1.7.2 Tingkat Fear of Missing Out (FOMO)

Menurut Przybylski dkk (2013), FoMO adalah istilah untuk menandakan kondisi khawatir yang dialami individu ketika orang lain mungkin saja sedang mengalami pengalaman menyenangkan

tanpa kehadiran kita di sekitar, FoMO ditandai oleh motivasi untuk terus-menerus terlibat dalam aktivitas orang lain.

Przybylski dkk (2013) menyatakan bahwa FoMO yang lebih tinggi berhubungan dengan rendahnya tingkat kepuasan terhadap kompetensi (kapasitas individu dalam bertindak secara efektif), otonomi (kapasitas individu dalam menentukan tindakannya sendiri), dan keterhubungan (kebutuhan individu dalam memiliki kesempatan lebih dalam lingkungan sosial).

Dalam penelitian ini, konsep dan indikator *fear of missing out* yang digunakan adalah dari hasil penelitian Kaloeti dkk (2021) yang memodifikasi item *fear of missing out* dari Przybylski (2013), yaitu:

1. *Missed experience*

Pengalaman yang terlewatkan mengacu pada emosi negatif karena tidak terlibat atau melewatkan aktivitas tertentu di media sosial.

2. *Compulsion*

Kompulsi mengacu pada kebutuhan untuk mengurangi kecemasan yang cenderung menjadi rutinitas tanpa motivasi yang rasional. Individu akan selalu mencari tahu informasi terkait apa yang orang lain lakukan melalui internet atau media sosial untuk mengatasi kecemasan yang dirasakan.

3. *Comparison with friends*

Individu cenderung membandingkan status dirinya dengan lingkungan teman mereka untuk mencari validasi atau menilai kemampuan yang mereka miliki dalam konteks lingkungan sosial.

Berdasarkan konsep tersebut, *fear of missing out* (FoMO) dapat dinilai sebagai kondisi psikologis yang dialami individu ketika merasa khawatir atau cemas jika melewatkan pengalaman menyenangkan, tidak mengetahui informasi apa yang dilakukan oleh orang terdekatnya, dan membandingkan kemampuan atau opini dirinya dengan orang terdekatnya di media sosial.

1.7.3 Perilaku Penyebaran Hoaks Politik di Media Sosial pada Kalangan Generasi Kedua Digital Natives

Menurut Chadwick dan Vaccari (2019), perilaku penyebaran informasi yang bermasalah adalah ketika seseorang membagikan berita yang tidak pasti kebenarannya, dibesar-besarkan, atau dibuat-buat, baik secara sadar maupun tidak. Ada dua istilah yang digunakan oleh Chadwick dan Vaccari terkait perilaku penyebaran informasi yang bermasalah:

1. Misinformasi

Ketika seseorang membagikan berita yang dibesar-besarkan tapi mereka tidak sadar bahwa itu dibesar-besarkan, atau ketika seseorang membagikan berita yang dilebih-lebihkan, atau ketika seseorang membagikan berita yang tampaknya

akurat pada saat itu tetapi kemudian kemudian diketahui bahwa berita tersebut dibuat-buat. Perilaku ini disebut sebagai misinformasi karena ini adalah perilaku yang secara tidak sengaja menyesatkan

2. Disinformasi

Ketika seseorang membagikan berita yang mereka tahu bahwa dibesar-besarkan dan membagikan berita yang dibuat-buat saat membagikannya. Perilaku ini yang paling berbahaya karena menunjukkan sikap yang disengaja untuk menyesatkan orang lain. Perilaku ini sebagai disinformasi karena perilaku ini merupakan perilaku yang disengaja untuk menyesatkan

Berdasarkan konsep tersebut, perilaku penyebaran hoaks dapat dinilai sebagai tindakan menyebarkan suatu informasi politik yang belum pasti kebenarannya atau salah di media sosial dengan sengaja maupun tidak sengaja.

1.8 Definisi Operasional

1.8.1 Kompetensi Literasi Digital

Indikator kompetensi literasi digital

Mengakses

1. Responden mampu mengakses internet melalui gawai untuk mencari informasi

2. Responden mampu mengakses mesin pencari fakta untuk memeriksa kebenaran informasi politik di media sosial
3. Responden mampu mengoperasikan fitur-fitur di platform media sosial

Menyeleksi

4. Responden mampu membedakan mana yang termasuk berita asli, mana yang hoaks
5. Responden mampu mengenali sumber informasi politik terpercaya di media sosial
6. Responden mampu menggunakan alat bantu tambahan seperti filter pencarian untuk menyaring informasi yang relevan
7. Responden mampu mengabaikan konten politik di media sosial yang dianggap tidak benar

Memahami

8. Responden mampu mengenali indikasi hoaks melalui tata bahasa yang tidak biasa dalam pesan politik
9. Responden mampu menginterpretasikan penggunaan emotikon dalam pesan politik di media sosial
10. Responden mampu memahami konten visual politik di media sosial secara kontekstual

Menganalisis

11. Responden mampu memeriksa apakah sumber informasi politik yang ditemukan di media sosial adalah sumber yang dapat dipercaya
12. Responden mampu memahami tujuan dari seseorang dalam penyebaran informasi politik di media sosial
13. Responden mampu mengenali apakah bahasa yang digunakan dalam konten politik di media sosial menunjukkan bias

Memverifikasi

14. Responden mampu membandingkan berita dari beberapa media untuk melihat kebenaran informasi politik yang diterima benar
15. Responden mampu menggunakan aplikasi untuk cek fakta dalam memverifikasi keaslian informasi politik yang beredar di media sosial

Mengevaluasi

16. Responden mampu menilai peran media sebagai lembaga sosial dalam memengaruhi opini publik
17. Responden mampu bersikap kritis terhadap informasi politik yang ditemui di media sosial
18. Responden mampu menilai konten politik yang dilihat di media sosial apakah disajikan dengan tanpa bias

Mendistribusikan

19. Responden mampu membagikan informasi politik di media sosial
20. Responden mampu menyesuaikan bentuk informasi politik sesuai dengan target audiens di media sosial
21. Responden mampu menentukan platform media sosial yang paling sesuai untuk menyebarkan pesan politik berdasarkan karakteristik audiens di platform tersebut

Memproduksi

22. Responden mampu menggunakan aplikasi untuk menyusun pesan politik di media sosial
23. Responden mampu memilih aplikasi media sosial yang paling sesuai untuk menyampaikan pesan politik
24. Responden mampu membuat konten visual politik yang efektif

Berpartisipasi

25. Responden mampu berpartisipasi dalam diskusi politik di media sosial
26. Responden mampu berkontribusi dalam membantu komunitas online
27. Responden mampu mengikuti grup online politik secara aktif

Berkolaborasi

28. Responden mampu memulai gerakan online untuk melawan penyebaran hoaks politik yang melibatkan orang banyak

29. Responden mampu memimpin gerakan lawan hoaks politik dengan posisi yang saya miliki dalam komunitas online
30. Responden mampu mengembangkan kolaborasi dengan beragam pihak yang dilibatkan dalam gerakan online yang saya inisiasi

1.8.2 Tingkat Fear of Missing Out (FOMO)

Missed Experience

1. Responden merasa khawatir ketika kehilangan peluang berpartisipasi dalam perdebatan politik online yang sedang viral
2. Responden merasa gelisah ketika tidak mengikuti tren informasi politik di media sosial yang ramai dibicarakan

Compulsion

1. Responden merasa cemas jika tidak memantau media sosial secara terus menerus untuk mengikuti informasi politik terbaru
2. Responden merasa cemas jika tidak segera mengetahui apa yang orang lain katakan tentang isu politik yang viral di media sosial

Comparison with Friends

1. Responden merasa khawatir ketika mengetahui teman-teman saya lebih cepat mendapatkan informasi politik terkini dibandingkan dirinya

2. Responden merasa gelisah ketika teman-temannya mendapatkan lebih banyak perhatian untuk informasi politik yang mereka sebar di media sosial

1.8.3 Perilaku Penyebaran Hoaks Politik di Media Sosial pada Kalangan

Generasi Kedua Digital Natives

Misinformasi

1. Responden pernah membagikan informasi politik di media sosial yang terlihat seolah-olah benar pada saat membagikannya, namun kemudian mereka menyadari bahwa berita tersebut dibuat-buat
2. Responden pernah membagikan informasi politik yang dilebih-lebihkan di media sosial namun tidak menyadari bahwa berita tersebut dilebih-lebihkan pada saat mereka membagikannya
3. Responden pernah membagikan informasi politik di media sosial tanpa menghabiskan banyak waktu untuk mempertanyakan isinya
4. Responden pernah membagikan informasi politik di media sosial tanpa mencari tahu dari sumber lain
5. Responden pernah membagikan informasi politik di media sosial yang tidak sepenuhnya mereka baca dari awal hingga akhir

Disinformasi

1. Responden pernah membagikan informasi politik yang dibesar-besarkan di media sosial dan mereka sadar bahwa berita tersebut dibesar-besarkan pada saat membagikannya
2. Responden pernah membagikan informasi politik di media sosial yang menurut mereka isinya tidak sepenuhnya benar

1.9 Metode Penelitian

1.9.1 Tipe Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan tipe penelitian eksplanatori. Penelitian kuantitatif adalah penelitian untuk menguji suatu hubungan antar variabel, variabel dependen dan variabel independen. Penelitian kuantitatif membantu dalam menguji hubungan sebab akibat antara variabel, membuat prediksi, dan menggeneralisasi hasil untuk populasi yang lebih luas (Steckler dkk, 1992). Tujuan dari penelitian kuantitatif adalah untuk menguji teori atau hipotesis yang telah ditetapkan sebelumnya dan pada akhirnya menerima atau menolaknya berdasarkan hasil penelitian. Tipe penelitian eksplanatori untuk menjelaskan mengenai penyebab peristiwa berlangsung dengan hasil akhir dari penelitian ini adalah memberikan gambaran tentang hubungan kausalitas (Kusumastuti dkk, 2020). Penelitian ini mengkaji hubungan antara dua variabel independen yakni kompetensi literasi digital (X1) dan *fear of missing out* (X2) dengan variabel dependen yaitu perilaku

penyebaran hoaks politik di media sosial pada kalangan generasi kedua *digital natives* (Y).

1.9.2 Populasi

Penelitian ini mengkaji tentang kompetensi literasi digital dan *fear of missing out* yang dilihat hubungannya dengan perilaku penyebaran hoaks politik di media sosial pada kalangan generasi kedua *digital natives*. Populasi dalam penelitian ini adalah:

- a) kelompok masyarakat Provinsi Jawa Tengah yang termasuk dalam generasi kedua *digital natives* dengan rentang usia 14 – 27 tahun
- b) memiliki akun media sosial yang digunakan setiap hari
- c) pernah menerima informasi hoaks politik di media sosial minimal 1 kali dalam enam bulan terakhir

1.9.3 Sampel

Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *non-probability sampling* melalui teknik *purposive sampling*. Hal tersebut didasarkan pada beberapa ciri-ciri atau sifat tertentu yang harus dimiliki oleh responden agar sesuai untuk dijadikan sampel penelitian.

Jumlah populasi generasi Z atau yang termasuk dalam generasi kedua *digital natives* di Jawa Tengah berjumlah 9 juta orang (Kurniawan, 2024). Dengan populasi berjumlah besar, peneliti

melakukan penarikan sampel menggunakan rumus Slovin dengan batas kesalahan sebesar 10% seperti berikut:

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

$$n = \frac{9.000.000}{1 + 9.000.000 \times 0,1^2}$$

$$n = \frac{9.000.000}{1 + 90.000}$$

$$n = \frac{9.000.000}{90.001}$$

$$n \approx 100$$

Keterangan:

n = ukuran sampel atau jumlah responden

N = ukuran populasi

e = persentase toleransi ketidaktelitian kesalahan dalam pengambilan sampel/*margin of error*

Dalam rumus Slovin, penentuan nilai batas kesalahan atau galat pendugaan diberi kebebasan (Setiawan, 2007). Menurut (Roesminingsih dkk, 2024) batas kesalahan rumus Slovin ada ketentuan sebagai berikut:

Nilai e = 0,1 (10%) untuk populasi dalam jumlah besar

Nilai e = 0,2 (20%) untuk populasi dalam jumlah kecil

Jadi, jumlah sampel yang akan dilibatkan dalam penelitian ini berjumlah 100 responden.

1.9.4 Jenis dan Sumber Data

Data primer penelitian bersumber dari hasil pengisian kuesioner oleh responden penelitian. Sementara itu, data sekunder bersumber dari literatur lainnya yang berkaitan dengan topik penelitian seperti buku, jurnal, dan artikel internet.

1.9.5 Alat dan Teknik Pengumpulan Data

Alat instrumen pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner yang dibagikan kepada responden untuk diisi secara mandiri oleh responden.

1.9.6 Teknik Pengolahan Data

1.9.6.1 Editing

Proses editing dilakukan untuk memeriksa jawaban yang telah diisi oleh responden sehingga dapat mengurangi kesalahan atau kekurangan jawaban responden.

1.9.6.2 Koding

Proses koding dilakukan dengan memberikan kode dalam bentuk angka pada setiap jawaban responden sebelum dianalisis.

1.9.6.3 Tabulasi

Data yang telah dikodekan akan dimasukkan ke bentuk tabel melalui proses tabulasi.

1.9.7 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk menyatakan apakah suatu instrumen penelitian layak dalam mengukur yang seharusnya hendak diukur. Nilai r hitung dengan nilai r tabel dibandingkan untuk menguji validitas. Jika hasilnya menunjukkan r hitung $>$ r tabel, maka kuesioner dinyatakan valid.

1.9.8 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur konsistensi atau stabilitas alat ukur. Suatu instrumen atau alat ukur dinyatakan reliabel ketika menunjukkan hasil pengukuran yang konstan meskipun diujikan berkali-kali. Dalam penelitian ini, uji reliabilitas diukur berdasarkan nilai *Cronbach's alpha*. Kuesioner dinyatakan reliabel jika nilai *Cronbach's alpha* $>$ 0,60.

1.9.9 Analisis Data

Korelasi Kendall's tau_b digunakan untuk menganalisis data dalam penelitian ini dengan menggunakan bantuan aplikasi SPSS. Kendall's tau_b dipergunakan untuk mengukur hubungan antara variabel kompetensi literasi digital (X1) dan *fear of missing out* (X2) dengan variabel yaitu perilaku penyebaran hoaks politik di media sosial pada kalangan generasi kedua *digital natives* (Y)