

BAB I

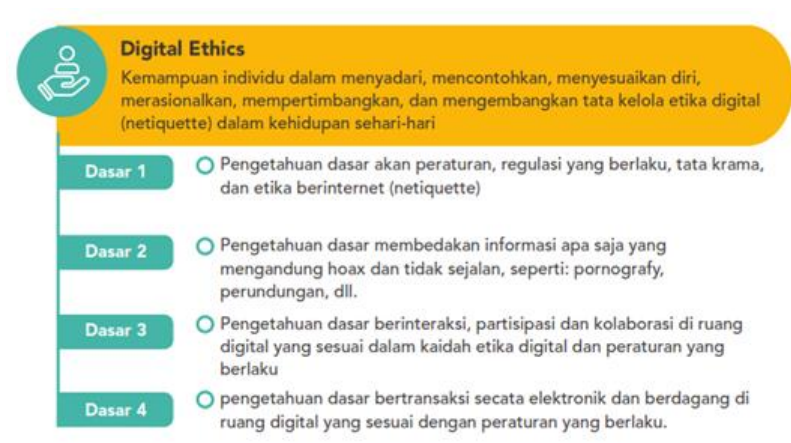
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

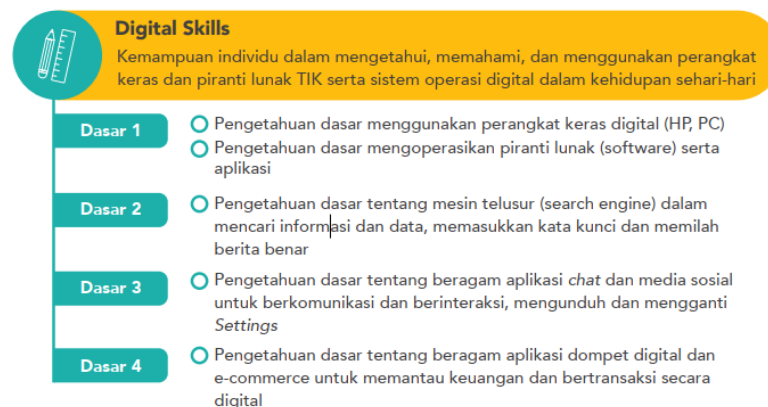
Perkembangan teknologi digital saat ini, telah menghasilkan interaksi antar bagian dalam masyarakat, serta bisa menginformasikan segala hal tanpa batas. Menggunakan sarana media sosial, segala interaksi digital bisa dilakukan dan memunculkan baik hal positif, maupun negatif, khususnya mengenai etika dalam berperilaku (Gultom, 2020). Dalam menggunakan media sosial, nyatanya etika perlu memiliki koridor untuk meminimalisir perilaku negatif yang bersifat memicu pelanggaran hukum (Astajaya, 2020). Penggunaan media sosial sekarang ini telah berkembang pesat terutama di Indonesia, dan menjadi bagian dari aspek semua kehidupan masyarakat. Penelitian yang dilakukan dari DataReportal per Februari 2024, menyebutkan bahwa setidaknya ada 139 juta penduduk aktif dalam penggunaan media sosial dengan penggunaan rata-rata 3 jam 18 menit (Kemp, 2024).

Penggunaan media sosial seringkali menimbulkan dampak negatif, seperti penyebaran berita palsu, provokasi, memutarbalikan fakta, serta beberapa hal lain yang berkaitan dengan isu suku, ras, dan agama (Kemenkominfo, 2017). Hal ini didukung dengan survei yang dilakukan oleh UNESCO di 16 negara pada tahun 2023, bahwa media sosial memiliki predikat negatif paling tinggi, yakni sebanyak 68, jika dibandingkan dengan media pesan dan situs media massa yang masing-masing memiliki nilai 38 dan 20 (UNESCO, 2023). Di Indonesia sendiri, fenomena tersebut didukung oleh riset yang membuktikan maraknya ujaran kebencian pada masa kampanye pemilu 2024, dengan ditemukannya 160 ribu ujaran kebencian yang tersebar di Twitter, Instagram, dan Facebook (AJI, 2024). Selain itu, data yang dirangkum oleh Databoks menyatakan bahwa ada 737 ribu konten pornografi yang tersebar di media sosial, dan telah diblokir oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kemenkominfo) selama periode 2016 sampai dengan 15 September 2023 (Muhamad, 2023). Diluar dari itu, kurang lebih sekitar 969 ribu konten judi online yang disebar melalui media sosial, telah diblokir oleh Kemenkominfo per periode 2018 sampai dengan 17 September 2023 (Finaka, 2023).

Untuk melindungi dari aspek negatif sosial media, etika digital dan kompetensi digital menjadi aspek yang penting. Kemampuan seseorang untuk melihat, mencontohkan, menyesuaikan diri, merasionalkan, mempertimbangkan, dan mengembangkan tata kelola etika disebut etika digital. Sementara itu, kompetensi digital adalah kemampuan seseorang untuk mengetahui, memahami, dan menggunakan perangkat keras dan piranti lunak digital, serta sistem operasi digital (Kemenkominfo; Deloitte, 2021).



Gambar 1. 1 Dasar Kerangka Etika Digital oleh Kemenkominfo



Gambar 1. 2 Dasar Kerangka Kompetensi Digital oleh Kemenkominfo

Etika digital dan kompetensi digital ini dicerminkan melalui tingkat literasi digital yang dimiliki oleh seseorang. Literasi digital mencakup kemampuan untuk menggunakan komunikasi dan teknologi informasi untuk menemukan, menilai, dan memanfaatkan, menciptakan, serta menyampaikan informasi atau konten. Ini

melibatkan kemampuan kognitif, etika, sosial-emosional, serta aspek teknis dalam berteknologi (UNESCO, 2018). Laporan Status Literasi Digital di Indonesia 2022 menunjukkan bahwa indeks literasi digital masyarakat Indonesia berada di angka 3.49 dari 1 hingga 5, yang menunjukkan bahwa literasi digital di Indonesia masih dalam kategori sedang.

Dalam rangka menguatkan perilaku bermedia sosial yang positif, Kemenkominfo setiap tahunnya mengadakan kampanye program Indonesia Makin Cakap Digital (IMCD) yang bertujuan meningkatkan literasi dan kecakapan digital masyarakat Indonesia. Materi yang diajarkan pada program ini adalah didasarkan pada modul cakap bermedia digital, budaya bermedia digital, etis bermedia digital, dan aman bermedia digital,. IMCD dilaksanakan dalam berbagai bentuk, antara lain berbentuk webinar (seminar dan diskusi secara online), talkshow dengan format hybrid (offline dan online), serta acara spesial penunjang kegiatan literasi digital, dengan semua pendaftaran bisa diakses melalui situs online event.literasidigital.id (Kemenkominfo, 2021). Kampanye program IMCD telah dilakukan Kemenkominfo di tahun 2021 hingga 2022, dan sudah meliterasi digital 20,141,097 orang. Di tahun 2024, Kemenkominfo menargetkan 5,500,000 orang lagi untuk mengikuti kegiatan literasi digital dari segmen masyarakat umum dan pendidikan, dengan tujuan mencapai total 50 juta orang yang telah mengikuti literasi digital pada tahun 2024 (Kemenkominfo, 2024).

1.2 Rumusan Permasalahan

Pelaksanaan kampanye program IMCD kepada masyarakat, idealnya meningkatkan kemampuan untuk memilah informasi, berkomunikasi dengan sopan, dan memanfaatkan media sosial untuk kegiatan positif yang mendukung pengembangan diri. Namun perilaku positif di media sosial tidak seluruhnya tercerminkan selama program IMCD berjalan. Hal ini dibuktikan dengan temuan 1,615 konten hoaks, 109,090 konten judi online, 92 konten penipuan dan 18,219 konten pornografi yang tersebar di akhir tahun 2023 (Kemenkominfo, 2023).

Adanya hubungan antara etika dengan perilaku dalam bermedia sosial dibuktikan oleh penelitian yang menyatakan bahwa pengguna yang memiliki etika berinternet

(netiket) tinggi, mampu memahami pentingnya berperilaku sopan di media sosial (Wulandari & Wandy, 2023). Selain itu, perilaku bermedia sosial dapat berhubungan dengan kompetensi digital mereka dalam menggunakan perangkat lunak, dengan bukti penelitian yang menunjukkan bahwa kompetensi literasi digital dapat mempengaruhi penggunaan media sosial (Temitope & Grace, 2023). Kompetensi ini juga memiliki hubungan dengan kemampuan seseorang dalam menganalisa kebenaran hoaks yang beredar di sosial media (Amaly & Armiah, 2021).

Dari deskripsi tersebut, maka penelitian ini bertujuan untuk memahami hubungan antara terpaan informasi tentang etika digital (X1) dan kompetensi digital (X2) terhadap perilaku bermedia sosial (Y). Sehingga jika ditarik titik masalah yang dirumuskan, yakni “Apakah Terdapat Hubungan Terpaan Informasi tentang Etika Digital dan Kompetensi Digital terhadap Perilaku Bermedia Sosial?”

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan peneliti adalah untuk memahami, mengetahui, dan menganalisa hubungan terpaan informasi tentang etika digital dan kompetensi digital terhadap perilaku bermedia sosial.

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaan Teoritis

Penelitian ini akan menambahkan bukti empiris ke dalam literatur mengenai hubungan antara terpaan informasi tentang etika digital dan kompetensi digital, terhadap perilaku bermedia sosial, dalam konteks ini adalah peserta yang sudah terpapar kampanye program IMCD. Selain itu, penelitian ini juga menunjukan model teoritik bagaimana variabel saling berinteraksi, dengan menggunakan model teori pembelajaran kognitif dan teori literasi kognitif media.

1.4.2 Kegunaan Praktis

Penelitian ini akan digunakan oleh instansi tertentu untuk mengembangkan program di bidang kompetensi dan etika digital, yang bertujuan untuk mengoptimalkan perilaku bermedia sosial. Penelitian ini juga bisa dijadikan dasar

kebijakan oleh pemerintah baik lokal maupun nasional, untuk mengembangkan program yang berhubungan dengan literasi digital.

1.4.3 Kegunaan Sosial

Penelitian ini menyebarkan temuan ke publik, supaya meningkatkan kesadaran akan pentingnya etika digital dan kompetensi digital dalam mengatur perilaku bermedia sosial yang positif. Dan dengan memahami penelitian ini, pendidik maupun siswa sadar akan dampak tindakan mereka di sosial media, supaya bisa berperilaku positif dan meninggalkan perilaku negatif.

1.5 Kerangka Teori

1.5.1 Paradigma Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif, dan menggunakan hubungan dengan dasar kausalitas antar faktor yang mempengaruhi sebuah fenomena, atau dikenal dengan paradigma positivisme. Realitas terletak di luar diri kita dan untuk mencapai objektivitas merupakan pengertian dari paradigma positivisme (Bell, Bryman, & Harley, 2022). Objek dalam penelitian ini antara lain yakni apakah variabel independen terpaan informasi tentang Etika Digital (X1) dan Kompetensi Digital (X2) memiliki hubungan dengan Perilaku Bermedia Sosial (Y) sebagai variabel dependen.

1.5.2 State of The Art

1.5.2.1 Penelitian pertama “*Ethical Behavior and its Relationship to Social Media Uses among Female Students at Preparatory Schools in Baghdad*” (Ismail, 2023). Penelitian ini bertujuan untuk menilai perilaku etika di antara siswi SMA yang menggunakan media sosial dan untuk mengidentifikasi hubungan antara penggunaan media sosial dan perilaku etika. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, dengan sampel sebanyak 414 siswi SMA dari enam direktorat pendidikan di Baghdad. Sampel dipilih secara *purposive* atau *non-probability* dan data dianalisis menggunakan perangkat lunak SPSS. Instrumen penelitian terdiri dari tiga bagian, antara lain yakni

informasi demografis siswi, penggunaan media sosial, dan pengukuran perilaku etika yang diadaptasi dari riset oleh Lee Swanson dan Gloria Hill. Skala ini dikembangkan berdasarkan interpretasi teori perkembangan moral oleh Lawrence Kohlberg, yang menyebutkan bahwasannya perkembangan moral melibatkan proses penalaran moral yang berkaitan dengan pemahaman tentang hak, kewajiban, dan relasi antara diri sendiri dengan orang lain. Hasil penelitian menunjukkan bahwa 73.9 persen sampel penelitian memiliki tingkat perilaku etika yang moderat dan terdapat hubungan signifikan antara penggunaan media sosial dan perilaku etika dengan tingkat signifikansi 0.00. Penelitian ini menekankan pentingnya meningkatkan kesadaran masyarakat mengenai dampak negatif media sosial terhadap perilaku etika siswi SMA dan mendorong lebih banyak penelitian di bidang ini.

- 1.5.2.2 Penelitian kedua berjudul "Pengaruh Literasi Digital Terhadap Etika Bermedia Sosial Peserta Didik." (Agustina, Adha, & Mentari, 2023). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh literasi digital terhadap etika bermedia sosial pada peserta didik. Menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kuantitatif, penelitian ini melibatkan 88 responden dari Madrasah Aliyah Negeri 1 Lampung Utara. Pengumpulan data dilakukan melalui teknik angket dan wawancara, dan analisis data menggunakan uji regresi sederhana dengan bantuan SPSS. Penelitian ini mendukung teori *Cyberculture*, yang menekankan pada relasi antara komunikasi dan pengendalian diri seseorang. *Cyberculture* dianggap sebagai pesan yang memperkenalkan aksi atau reaksi dari pengendalian diri seseorang terhadap suatu respon yang timbul dari peristiwa tertentu yang dihadapi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi digital memiliki pengaruh signifikan terhadap etika bermedia sosial peserta didik sebesar 42.1 persen, yang mengindikasikan bahwa penguasaan literasi digital dapat membawa peserta didik pada kualitas diri yang baik dalam etika bermedia sosial. Dari hasil ini dapat disimpulkan bahwa literasi digital sangat berperan dalam membentuk

etika bermedia sosial peserta didik, dengan sisanya 57.9 persen dipengaruhi oleh faktor lain selain literasi digital.

1.5.2.3 Penelitian ketiga berjudul “Etika Komunikasi Sebagai Kontrol Kesalehan Virtual dalam Perilaku Bermedia Masyarakat di Era Digital” (Ihsani & Febriyanti, 2021). Penelitian ini mengeksplorasi peran etika komunikasi dalam mengatur kesalehan virtual masyarakat di era digital. Penelitian ini, berlandaskan pada perspektif Haryatmoko dan teori tindakan komunikatif Jürgen Habermas (Fauzi, 2003). Teori ini menyatakan bahwa etika komunikasi adalah upaya yang dapat digunakan untuk memastikan terciptanya stabilitas sosial dalam masyarakat yang beragam. Dalam konteks ini, realitas masyarakat plural tidak lagi mengacu pada klaim nilai atau norma moral tunggal. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan data yang dikumpulkan melalui observasi dan dokumentasi, khususnya dari media sosial Twitter dan Instagram. Pemilihan Twitter dan Instagram didasarkan pada keunggulan masing-masing dalam interaksi langsung dan eksklusif serta popularitasnya di Indonesia. Hasil penelitian menunjukkan bahwa etika komunikasi, sebagai kumpulan norma dan nilai perilaku yang baik dalam komunikasi, berfungsi sebagai kontrol terhadap kesalehan virtual, bertujuan untuk menciptakan stabilitas sosial.

1.5.2.4 Penelitian keempat berjudul “Pengaruh Tingkat Literasi Digital Terhadap Etika Penggunaan Media Sosial Instagram Pada Siswa-Siswi SMA Negeri 2 Pekanbaru” (Manuella & Perdani, 2023). Penelitian ini mengkaji pengaruh antara literasi digital dan etika penggunaan Instagram. Teori yang digunakan yakni teori literasi digital dari Jaringan Pegiat Literasi Digital, bahwa literasi digital adalah bagaimana seseorang mengakses, menyeleksi, memahami, menganalisis, memverifikasi mengevaluasi, mendistribusikan, memproduksi, berpartisipasi, dan berkolaborasi dalam penggunaan perangkat digital. Sedangkan pengukuran etika menggunakan teori netiket menjelaskan bahwa penggunaan perangkat digital berhubungan dengan konten, interaksi, partisipasi, kolaborasi, dan transaksi elektronik. Metode

yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif, dengan populasi siswa-siswi SMA Negeri 2 Pekanbaru. Sampel penelitian berjumlah 258 responden, diperoleh menggunakan tabel Isaac dan Michael. Pengambilan data dilakukan melalui kuesioner yang disebar via Google Form. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat literasi digital siswa-siswi SMA Negeri 2 Pekanbaru berada pada kategori tinggi dengan rata-rata 3,9, dimana indikator mengakses mencapai nilai tertinggi 4,42, yang berkategori sangat tinggi. Analisis regresi linier sederhana dan koefisien determinasi mengindikasikan bahwa literasi digital berpengaruh sebesar 47 persen terhadap etika penggunaan media sosial Instagram, menunjukkan hubungan positif antara literasi digital dengan etika penggunaan media sosial di kalangan siswa-siswi tersebut.

1.5.2.5 Penelitian kelima berjudul *“Digital Literacy Competence Of Indonesian Lecturers On Analysis Hoax In Social Media”* (Astuti, 2021). Penelitian ini mengeksplorasi kompetensi literasi digital dosen Indonesia dalam melawan hoax di media sosial. Dengan menggunakan pendekatan etnografi digital, penelitian ini mengamati sampel dosen di dua kota besar, yaitu Medan dan Bandung. Metode penelitian kualitatif ini memungkinkan penulis terlibat langsung dengan peristiwa terkini yang terjadi di Medan dan Bandung. Hasil penelitian menunjukkan bahwa meskipun mereka berprofesi sebagai dosen, tidak semua dari mereka memiliki kompetensi literasi digital yang baik untuk mengidentifikasi hoax. Penelitian ini menekankan pengaruh perbedaan generasi terhadap tingkat literasi digital, mendorong pemikiran kritis, demokratis, dan konstruktif di seluruh lapisan masyarakat untuk mengurangi penyebaran informasi yang salah.

Dari kelima penelitian di atas, ada persamaan dan perbedaan jika dibandingkan dengan penelitian terbaru. Persamaan ada pada variabel dependen, dimana empat dari lima penelitian menekankan pada pengaruh maupun hubungan literasi digital yang mencakup kompetensi dan juga etika. Selain itu penggunaan metode penelitian secara kuantitatif digunakan

oleh tiga dari lima penelitian yang digunakan sebagai acuan. Sedangkan ada sedikit perbedaan pada variabel dependen, yakni yang digunakan oleh penelitian pertama dan kelima, yang tidak spesifik secara langsung kepada perilaku bermedia sosial. Hal lain yang menjadi perbedaan adalah penggunaan sampel dan konteks, mulai dari siswi SMA di Baghdad, peserta didik di Lampung, masyarakat secara umum, hingga dosen di Medan dan di Bandung. Hal-hal yang berbeda tersebut, akan menjadi sebuah kebaruan dalam penelitian saat ini sedang dilakukan. Dari beberapa teori yang digunakan pada penelitian sebelumnya, yakni teori perkembangan moral, teori *Cyberculture*, teori tindakan komunikatif, teori literasi digital, dan teori *netiquette*. Perbedaan yang tergambar yakni, dengan penelitian terbaru ini peneliti menggunakan teori pembelajaran kognitif untuk menekankan pada hubungan terpaan informasi tentang etika digital dalam perilaku bermedia sosial. Sedangkan teori literasi kognitif media digunakan untuk mendeskripsikan hubungan antara kompetensi digital dengan perilaku bermedia sosial seseorang.

1.5.3 Terpaan Informasi tentang Etika Digital

Terpaan merujuk pada seberapa banyak informasi yang diterima oleh masyarakat (Belch & Belch, 2021). Terpaan informasi bisa diukur dengan cara menghitung frekuensi penayangan konten oleh audiens dan mengevaluasi sejauh mana audiens memahami konten yang mereka lihat atau tonton (Li, 2018). Sedangkan etika digital berasal dari pengertian *netiquette* atau netiket, merupakan pedoman yang digunakan seseorang ketika mereka berperilaku di dunia digital, sehingga netiket menjadi kode etik bagi netizen (Yulianti, 2021). Netiket ini dikembangkan oleh Kemenkominfo menjadi konsep etika digital, yang memiliki pengertian bahwa sikap ketika seseorang secara sadar dan paham akan netiket (Kemenkominfo; Deloitte, 2021). Konsep tersebut kemudian dituangkan menjadi modul etis media digital (Kusumastuti, et al., 2021), yang dapat digunakan sebagai pedoman untuk menggunakan media sosial dan mencakup hal-hal berikut:

1. Pengguna paham prinsip netiket dalam bermedia sosial, terutama menjauhi konten sensitif dalam suatu kelompok.
2. Pengguna paham tentang bagaimana cara membaca, memahami, dan menganalisis isi informasi konten, dan apakah konten tersebut memuat konten negatif.
3. Pengguna paham dalam aturan dalam menggunakan media digital di Indonesia sesuai aturan yang berlaku.

Berdasarkan pengertian di atas, terpaan informasi tentang etika digital adalah jumlah penerimaan informasi seseorang mengenai netiket, informasi berisi konten negatif, media digital sesuai aturan, serta diukur menggunakan frekuensi seseorang dalam menonton konten maupun sikap dalam memahami sebuah konten (Kusumastuti, et al., 2021).

1.5.4 Kompetensi Digital

Kemampuan seseorang untuk menggunakan dan mengelola teknologi digital secara efektif dan bertanggung jawab disebut kompetensi digital. Berdasarkan konsep yang dikemukakan oleh Calvani, ide ini mencakup kemampuan untuk mengeksplorasi dan beradaptasi dengan situasi teknologi baru, secara kritis. Studi terbaru menunjukkan bahwa kemampuan ini sangat penting untuk menemukan dan menggunakan teknologi digital (Calvani, Cartelli, Fini, & Ranieri, 2008). Menurut modul cakap bermedia digital (Monggilo, et al., 2021), kompetensi digital terbagi menjadi 3 kategori, yakni:

1. Pengguna paham mengenai lanskap digital, seperti mengetahui jenis dan fungsi dari perangkat keras dan lunak.
2. Pengguna paham mengenai cara mencari, menggunakan, dan memilih opsi di mesin pencari seperti Google atau Bing.
3. Pengguna mengetahui jenis aplikasi, cara akses, dan ragam fitur yang ada pada aplikasi perckapan dan media sosial

Berdasarkan pengertian di atas, kompetensi digital adalah pengetahuan dan pemahaman seseorang mengenai lanskap digital, alat pencari informasi, serta

aplikasi percakapan, dalam menggunakan internet. Pengertian kompetensi digital yang luas dan inklusif ini mencakup tidak hanya pengetahuan dan keterampilan teknis dalam menggunakan aplikasi teknologi informasi, tetapi juga kemampuan yang mendukung pembelajaran berkelanjutan, kreativitas, dan berpikir kritis. Keterampilan ini menjadi semakin penting dalam menyiapkan individu untuk berkontribusi dan beradaptasi dalam masyarakat yang terus berkembang dan semakin digital (Monggilo, et al., 2021).

1.5.5 Perilaku Bermedia Sosial

Kata perilaku memiliki arti bagaimana seseorang bertindak atau menanggapi rangsangan yang ada di sekitarnya, atau segala sesuatu yang dilakukan oleh seseorang dengan orang lain dianggap sebagai perilaku nyata, menurut Sarwono (Nahlawi, 1992). Selanjutnya, bermedia secara etimologi adalah bentuk jamak dari kata kerja media, yang berasal dari bahasa Latin *medios*, yang berarti tengah, perantara, atau pengantar. Semua tindakan dan interaksi orang di media sosial disebut perilaku bermedia sosial (Redstone & Villasenor, 2020). Ada sejumlah variabel yang dapat memengaruhi perilaku bermedia sosial, seperti norma budaya, prinsip pribadi, tekanan sosial, dan kemampuan platform itu sendiri (Rojsurakitti, 2015). Dampak yang signifikan bisa dihasilkan dengan berperilaku di media sosial dapat terhadap individu dan organisasi seperti memengaruhi opini publik, politik, dan produktivitas.

Berdasarkan pemahaman tersebut, perilaku bermedia sosial dapat didefinisikan sebagai tindakan dan interaksi yang dilakukan oleh individu di platform media sosial. Perilaku ini mencakup beragam aktivitas, seperti memposting konten, berkomentar pada postingan, berbagi informasi, menyukai atau tidak menyukai konten, serta mengikuti atau berhenti mengikuti akun lain. Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku bermedia sosial kemungkinan besar mencakup pengaruh norma budaya setempat, nilai-nilai pribadi yang mereka pegang, tekanan sosial dari lingkungan sekitar, serta desain dan kemudahan penggunaan dari platform media sosial itu sendiri.

1.5.6 Hubungan Terpaan Informasi tentang Etika Digital terhadap Perilaku Bermedia Sosial

Baik secara etika maupun netiket, nilai dan norma yang ada di masyarakat terkait erat dengan etika (Kusumastuti, et al., 2021). Sebagai bagian dari *digital citizenship*, diharapkan dengan menerapkan etika komunikasi, pengguna media digital akan merasa aman dan nyaman. Namun, kurangnya kesadaran kritis dalam proses kognitif adalah penyebab penyimpangan penggunaan media sosial. Kesadaran kritis ini dimaksudkan untuk membuat pengguna memiliki kontrol kepada media sosial mereka karena mereka mampu membedakan antara dunia maya nyata (Rianto, 2019). Proses kognitif tersebut memiliki hubungan dengan bagaimana perilaku dalam bermedia sosial dapat berjalan sesuai dengan etika digital yang diajarkan, dan hal tersebut tercermin pada teori pembelajaran kognitif.

Cognitive Learning Theory atau teori pembelajaran kognitif, adalah teori yang menekankan pada proses pengelolaan informasi seseorang dalam mempelajari hal baru, serta menjelaskan bahwa belajar adalah perubahan dalam struktur mental seseorang, dan belajar akan berhasil jika pelajaran atau informasi baru bersesuaian dengan struktur kognitif individu (Ula, 2013). Sehingga dengan partisipasi individu dalam kegiatan IMCD mengenai etika digital, individu tersebut mendapatkan pemahaman dan penilaian tentang norma-norma etika dalam penggunaan media sosial. Serta individu tersebut dapat memproses informasi yang diberikan dalam program IMCD, yang kemudian menginternalisasikan nilai-nilai etika yang diajarkan, dan menerapkan pemahaman dalam struktur kognitif mereka dalam berperilaku di media sosial.

1.5.7 Hubungan Kompetensi Digital terhadap Perilaku Bermedia Sosial

Kompetensi digital memiliki hubungan dengan perilaku seseorang dalam menggunakan media sosial dengan bijak, memfilter informasi atau berita, menghindari elemen SARA, dan menghargai karya orang lain (Monggilolo, et al., 2021). Keterampilan digital bukan hanya kemampuan teknis, namun juga

memungkinkan seseorang mengeksplorasi dunia dengan menggunakan perantara media digital dengan berpikir kritis (Gilster, 1997).

Teori yang dapat digunakan untuk menjelaskan mengenai hubungan kompetensi digital terhadap perilaku media sosial adalah teori *Media Cognitive Literacy* atau teori literasi kognitif media. Teori ini menjelaskan bahwa tingkat kemampuan individu dalam mengakses dan mengelola media baru, sejalan dengan bagaimana individu tersebut berperilaku dalam berinternet (Potter, 2004). Kompetensi ini terbagi menjadi 7 kemampuan, diantaranya:

1. Analyze, pengguna dapat menganalisa konteks media.
2. Evaluate, pengguna bisa membuat penilaian dalam konteks media tersebut.
3. Grouping, pengguna bisa mengelompokkan unsur pada konteks media.
4. Induction, pengguna bisa menyimpulkan pola generalisasi.
5. Deduction, pengguna bisa menyimpulkan prinsip atau pernyataan yang bersifat umum.
6. Synthesis, pengguna bisa merakit kedalam struktur konteks media baru.
7. Abstracting, pengguna bisa menciptakan hakikat konteks media baru.

Hal ini memperkuat pernyataan bahwa kompetensi digital seseorang memiliki hubungan dalam cara mereka berperilaku dalam menggunakan media baru, salah satunya yakni di media sosial. Teori ini menekankan pentingnya pemahaman dan kemampuan individu dalam menginterpretasikan, mengevaluasi, dan menggunakan media dengan bijak. Dalam hal ini, literasi digital yang ditingkatkan melalui program seperti IMCD dapat dianggap sebagai faktor kompetensi seseorang yang memiliki hubungan pada perilaku seseorang dalam bermedia sosial.

1.6 Hipotesis

Penelitian ini kemudian dirumuskan dengan menggunakan basis pada alur hubungan variabel yang sudah disebutkan, kemudian menjadi hipotesis sebagai berikut :

- Hipotesis 1: Adanya hubungan positif variabel terpaan informasi tentang etika digital terhadap perilaku bermedia sosial.
- Hipotesis 2: Adanya hubungan positif variabel kompetensi digital terhadap perilaku bermedia sosial.

1.7 Definisi Konsep

1.7.1 Terpaan Informasi tentang Etika Digital

Terpaan informasi tentang etika digital adalah jumlah penerimaan informasi seseorang mengenai netiket, informasi berisi konten negatif, media digital sesuai aturan, serta diukur menggunakan frekuensi seseorang dalam menonton konten maupun sikap dalam memahami sebuah konten.

1.7.2 Kompetensi Digital

Kompetensi digital adalah pengetahuan dan pemahaman seseorang mengenai lanskap digital, alat pencari informasi, serta aplikasi percakapan, dalam menggunakan internet. Dalam hal ini, kompetensi dalam media sosial antara lain yakni pengetahuan dan pemahaman seseorang mengenai lanskap media sosial.

1.7.3 Perilaku Bermedia Sosial

Perilaku bermedia sosial adalah tindakan dan interaksi yang dilakukan oleh individu di platform media sosial. Perilaku ini mencakup beragam aktivitas, seperti memposting konten, berkomentar pada postingan, berbagi informasi, menyukai atau tidak menyukai konten, serta mengikuti atau berhenti mengikuti akun lain.

1.8 Definisi Operasional

1.8.1 Terpaan Informasi tentang Etika Digital

Dalam mengukur dan mengetahui terpaan informasi tentang etika digital, peneliti menurunkannya menjadi beberapa indikator seperti berikut:

1. Responden mengetahui tentang etika digital.

2. Responden mengetahui etika untuk tidak mengunggah konten yang mengandung unsur negatif.
3. Responden mengetahui etika untuk tidak mengunggah konten milik orang lain tanpa izin.
4. Responden mengetahui etika untuk tidak menggunakan kata-kata kasar dalam komentar atau postingan.
5. Responden mengetahui etika untuk tidak menyebarkan berita bohong.

1.8.2 Kompetensi Digital

Dalam mengukur dan mengetahui kompetensi digital, peneliti menurunkannya menjadi beberapa indikator seperti berikut:

1. Responden mengetahui cara membuat akun media sosial.
2. Responden mengetahui cara untuk mengunggah foto, video, dan status di media sosial.
3. Responden mengetahui cara untuk berinteraksi dengan orang lain di media sosial.
4. Responden mengetahui cara untuk mencari dan menemukan informasi di media sosial.

1.8.3 Perilaku Bermedia Sosial

Dalam mengukur dan mengetahui perilaku bermedia sosial, peneliti menurunkannya menjadi beberapa indikator seperti berikut:

1. Responden menghindari mengunggah konten yang mengandung unsur negatif.
2. Responden menghindari penggunaan kata-kata kasar dalam komentari atau postingan.
3. Responden menggunakan fitur di media sosial untuk hal yang bermanfaat.

1.9 Metode Penelitian

1.9.1 Tipe Penelitian

Studi ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Emzir (2009) mengatakan bahwa pendekatan kuantitatif biasanya digunakan oleh postpositivist untuk mengembangkan ilmu pengetahuan (seperti hubungan sebab akibat, reduksi variabel, hipotesis, dan pertanyaan spesifik dengan pengukuan) dan bertujuan untuk memberikan penjelasan, mengevaluasi hubungan antar variabel, menentukan kausalitas variabel, dan menemukan generalisasi yang memiliki nilai prediktif (Emzir, 2009).

1.9.2 Populasi

Populasi didefinisikan sebagai kumpulan atau grup objek yang menjadi target dalam suatu penelitian (Sekaran & Bougie, 2016). Populasi dalam penelitian ini terdiri dari peserta yang memiliki media sosial dan telah mengikuti program Indonesia Makin Cakap Digital 2024 yang terdaftar melalui event.literasidigital.id.

1.9.3 Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi yang memiliki karakteristik dan kondisi tertentu yang akan diteliti. Sampel ini dipilih sebagai bagian populasi melalui sebuah prosedur sehingga diharapkan dapat mewakili sebuah populasi (Martono, 2011).

1.9.3.1 Teknik Sampling

Dalam penelitian ini, teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah probability sampling. Teknik ini memberikan kesempatan untuk dipilih sebagai sampel, kepada setiap anggota populasi (Martono, 2011). Jenis teknik yang diterapkan adalah *simple random sampling*, dimana sampel diambil secara acak, representatif, dan sesuai dengan karakteristik, tanpa memperhatikan strata yang terdapat pada populasi.

1.9.3.2 Ukuran Sampel

Jumlah individu yang diambil sebagai sampel dalam penelitian ini disebut sebagai ukuran sampel (Dawson, 2009). Dalam studi yang akan dilakukan, jumlah sampel yang ditetapkan yakni sebanyak 100 responden. Hal ini mengacu pada pernyataan Roscoe, yakni penelitian dengan sampel yang baik berjumlah 30 sampai 500 (Martono, 2011).

1.9.4 Jenis dan Sumber Data

Penelitian ini memiliki jenis data numerik atau kuantitatif, dan menggunakan data primer dari kuesioner online yang dibagikan secara langsung. Data tersebut diperoleh melalui pengumpulan data secara langsung oleh peneliti.

1.9.5 Alat Pengumpulan Data

Alat pengumpulan data adalah kuesioner yang dibagikan kepada audiens yang telah ditetapkan. Kuesioner didistribusikan kepada responden sesuai dengan kriteria yang ditetapkan, dan masing-masing responden menjawabnya sendiri, tanpa bantuan dari peneliti.

1.9.6 Teknik Pengumpulan Data

Data dikumpulkan dengan menggunakan daftar pertanyaan yang ada pada dalam kuesioner, dimana responden mengisi dan melengkapi data tersebut berdasarkan jawaban mereka.

1.9.7 Teknik Pengolahan Data

Teknik pengolahan data penelitian ini mencakup tiga tahapan yang terdiri dari:

1.9.7.1 Editing

Editing adalah proses memeriksa data yang telah dikumpulkan untuk memastikan bahwa tidak ada data yang tidak logis atau meragukan. Langkah ini bertujuan untuk mengurangi kesalahan yang bisa saja terjadi dalam pengisian angket atau dalam pemahaman responden.

1.9.7.2 Koding

Koding adalah tahap di mana jawaban responden dikategorikan atau dikelompokkan ke dalam beberapa kategori agar data tersebut dapat diproses oleh mesin pengolah data.

1.9.7.3 Tabulasi

Tabulasi adalah tahap yang dilakukan setelah editing dan koding, yang bertujuan untuk menyusun tabel-tabel berdasarkan jawaban responden guna menggambarkan hasil secara sistematis.

1.9.8 Uji Validitas dan Reliabilitas

1.9.8.1 Uji Validitas

Pengujian validitas bertujuan untuk menilai sejauh mana pengukuran data sesuai dengan data yang diukur. Uji validitas juga digunakan untuk mengevaluasi keabsahan data kuesioner yang telah dikumpulkan. Jika kuesioner dinyatakan valid, maka kuesioner tersebut mampu menggambarkan hasil yang diukur di dalamnya (Ghozali, 2018).

1.9.8.2 Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas bertujuan untuk menilai nilai kepercayaan setiap indikator yang digunakan dalam penelitian. Uji reliabilitas dapat mengukur konsistensi jawaban responden pada kuesioner (Ghozali, 2018).

1.9.9 Teknik Analisis Data

Peneliti menggunakan metode statistik yang mengukur hubungan antara dua variabel untuk menganalisis data. Uji korelasi Kendall's Tau-B adalah metode yang cocok untuk data yang memiliki skala ordinal dan tidak memenuhi persyaratan statistik parametrik. Koefisien korelasi Kendall's Tau-B (τ) bisa memberikan arah dan kekuatan hubungan antar dua variabel. Nilai τ yang mendekati nol memberitahukan bahwa tidak ada hubungan antara kedua variabel; nilai τ yang positif memberitahukan hubungan yang positif, yaitu jika nilai satu

variabel bertambah jumlahnya, maka nilai variabel lainnya juga bertambah jumlahnya; dan nilai τ yang negatif menunjukkan hubungan yang negatif (Santoso, 2014).