

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Salah satu bentuk inovasi terhadap teknologi masa kini adalah *interconnection networking* atau yang lebih sering dikenal dengan internet. Internet merupakan jaringan dalam komputer yang saling berhubungan sehingga komputer tersebut dapat menerima dan menyebarkan informasi secara cepat dan serempak (Bungin, 2006, h. 135). Internet menjadi sebuah bentuk inovasi dari teknologi sebab internet dapat melakukan konvergensi dari beberapa media. Pada akhirnya internet menghasilkan bentuk interaksi sosial baru yang tentunya memudahkan manusia untuk melakukan interaksi secara *online*. Kini, setiap individu dapat berinteraksi secara intens tanpa harus bertemu secara tatap muka hanya dengan memanfaatkan teknologi yang ada dari handphone ataupun PC.

Interaksi yang terbentuk secara *online* ini tentunya dibantu oleh sebuah media yang kerap kali dikenal sebagai media sosial. Media sosial memberikan kemudahan bagi para penggunanya untuk terhubung dengan individu lainnya yang bergabung di media sosial yang sama untuk berinteraksi melalui secara lisan maupun tulisan. Media sosial memberikan ruang dan kesempatan bagi setiap orang untuk turut berpartisipasi dalam memberikan komentar atau *feedback* secara terbuka serta mendapatkan dan menyebarkan informasi kepada orang lain melewati batas ruang dan waktu. Salah satu jenis dari media sosial adalah *Twitter*.

*Twitter* memberikan fitur kepada penggunanya untuk mengirimkan sebuah pesan atau yang lebih dikenal sebagai "*Tweet*" dengan batas 280 kata. Selain dapat mengirimkan tulisan, *Twitter* dapat digunakan untuk mengirimkan foto serta video. Saat ini *Twitter* juga memberikan fitur bernama *Spaces* yang dapat digunakan sebagai tempat melakukan percakapan seperti *podcast*. Dikutip dari *newsweek.com* (dalam Nurhadi, 2021), hingga tahun 2021, jumlah pengguna aktif *Twitter* mencapai 206 juta pengguna dan Indonesia menduduki peringkat ke-8 dengan jumlah pengguna aktif mencapai 10,65 juta pengguna.

Fitur yang mudah digunakan oleh para penggunanya membuat *Twitter* menjadi salah satu pilihan media sosial dalam mencari dan menyebarkan informasi kepada masyarakat. Siapapun pengguna *Twitter* dapat menuliskan *Tweet* dan orang lain dapat menyebarkannya secara cepat dengan fitur *Retweet*. Kemudahan dalam menyebarkan informasi ini juga bisa menjadi bumerang bagi para penggunanya. Seringkali informasi yang disebar oleh para pengguna *Twitter* tidak dapat dipertanggungjawabkan dan belum terbukti fakta sebenarnya. Informasi yang tidak jelas kebenarannya seringkali dikenal sebagai *hoax*. Di masa pandemi COVID-19 seperti ini tentunya banyak masyarakat yang mengandalkan pencarian informasi melalui dunia *online*, salah satunya media sosial.

Dikutip dari Rosana (2020), Johnny G. Plate, Menteri Kominfo, penyebaran *hoax* terkait COVID-19 sampai Maret 2020 ini paling banyak ditemukan pada media sosial Facebook dan Twitter. Semenjak merebaknya pandemi COVID-19 di seluruh dunia, sejak awal maret 2020, Twitter mengatakan bahwa perusahaan mereka telah menghapus 8.400 *tweet* dan memberitahukan 11,5 juta akun mengenai penyebaran *hoax* di penjuru negara (Ikhsan, 2021). *Hoax* memiliki potensi yang besar dalam memperlambat proses penanggulangan COVID-19, khususnya mengenai penyuluhan vaksinasi COVID-19 yang menyebabkan masyarakat enggan untuk divaksin. Lambatnya proses penanggulangan COVID-19 melalui vaksinasi serentak ini didukung dengan adanya survei yang dilakukan oleh Lembaga Survei Indonesia (LSI) pada 22-25 Juni 2021 menunjukkan bahwa sekitar 36,4 persen masyarakat Indonesia tidak bersedia untuk di vaksin COVID19.

Literasi media menjadi sebuah kemampuan yang wajib dimiliki oleh setiap pengguna media *online* maupun media sosial untuk melindungi diri mereka dari banyaknya tayangan negatif yang memiliki potensi untuk mempengaruhi masyarakat. Menurut Ardianto, dkk (2007, h.215), literasi media meliputi kemampuan seseorang dalam membuka, mengakses, menganalisis, mengevaluasi, hingga melakukan komunikasi terhadap konten yang ada di media. Selain dituntut untuk memahami informasi, setiap individu juga harus dapat memaknai sebuah informasi yang ada di media sebab pemaknaan informasi dapat

mempengaruhi kualitas hidup dan perubahan sosial di suatu lingkungan masyarakat.

Untuk itu, setiap masyarakat, tidak boleh langsung mempercayai informasi-informasi yang berkebaran di media sosial. Tidak dapat dipungkiri bahwa media sosial saat ini memiliki pengaruh yang besar terhadap pola pikiran dan tindakan yang diambil oleh masyarakat. Oleh karena itu, sangat penting bagi masyarakat untuk mempunyai kemampuan literasi media yang tinggi agar dapat mendeteksi dan menjauhi berita hoax yang berkebaran di media sosial khususnya Twitter. Kemampuan literasi media seseorang dapat diukur dengan menggunakan *Individual Competences Framework*.

Metode tersebut pertama kali digunakan pada tahun 2009 oleh European Commission (2009, h. 34). *Individual Competences* merupakan keterampilan individu dalam mengoperasikan dan memanfaatkan media. Keterampilan ini meliputi membuat, melakukan analisis, dan cara mengkomunikasikan pesan yang dibuat melalui media. Terdapat 2 indikator dalam melihat *Individual Competences Framework* yaitu *Personal Competences* dan *Social Competences*. Peneliti akan menggunakan metode tersebut untuk mengukur pengaruh literasi media terhadap tingkat pengetahuan mahasiswa mengenai hoax vaksinasi COVID-19.

Penelitian ini sebelumnya pernah dilakukan oleh Ayu Rahmawati dengan berjudul “Tingkat Literasi Media Mahasiswa Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Jakarta Mengenai Informasi *Hoax* Tentang Kebijakan Registrasi Pelanggan Jasa Telekomunikasi Berdasarkan *Individual Competences Framework*” pada tahun 2018. Penelitian milik Ayu Rahmawati berfokus pada literasi media secara keseluruhan baik di internet maupun sosial media. Sedangkan penelitian ini berfokus kepada satu media sosial saja yaitu, twitter, sebab twitter menjadi media yang paling banyak ditemukan berita hoax mengenai vaksinasi COVID-19 (Rosana, 2020). Dalam penelitian ini, peneliti akan berfokus pada kemampuan kompetensi individu dalam mengidentifikasi berita hoax mengenai vaksinasi COVID-19 khususnya di twitter dan sejauh mana tingkat pengetahuan yang dimiliki oleh para pengguna twitter ini.

Penelitian serupa lainnya juga dilakukan oleh M. Sholihuddin melalui jurnal yang berjudul Pengaruh Kompetensi Individu (*Individual Competence*) Terhadap Literasi Media Internet di Kalangan Santri (Studi Eksplanatif tentang pengaruh *Technical Skills*, *Critical Understanding* dan *Communicative Abilities* terhadap Literasi Media Internet di Kalangan Santri Pondok Pesantren Bahrul ‘Ulum Jombang). Penelitian tersebut menggunakan 4 variabel yang terdiri dari *technical skills* (X1), *critical understanding* (X2), *communicative abilities* (X3), dan kemampuan literasi media internet (Y). Penelitian tersebut berfokus kepada literasi media internet yang digunakan para santri untuk pencarian informasi dalam membuat tugas, karya tulis, dan pencarian informasi umum di luar pelajaran agama yang didapatkan di dalam pesantren. Untuk itu, mereka hanya mengandalkan pencarian informasi terkini melalui media internet. Penelitian tersebut ingin mengkaji apakah terdapat pengaruh dari masing-masing dari variabel *technical skills* (X1), *critical understanding* (X2), *communicative abilities* (X3) dan secara bersamaan terhadap literasi media internet (Y).

Penelitian tersebut berfokus kepada kemampuan literasi media yang dimiliki santri melalui *Individual Competences* sebab pesantren membatasi para santrinya dalam penggunaan internet, apakah elemen-elemen *Individual Competences* pada santri mempengaruhi tingkat literasi mereka dalam mencari informasi melalui internet.

Oleh karena itu, pada penelitian kali ini, peneliti ingin membuat penelitian dengan topik terbaru untuk melihat dan membuktikan Pengaruh *Personal & Social Competences* Terhadap Tingkat Pengetahuan Mengenai Berita Hoax Vaksinasi COVID-19 di Media Sosial Twitter.

## **B. Rumusan Masalah**

Ketertarikan peneliti akan munculnya fenomena *hoax* dan tingkat literasi media khususnya pada media sosial *Twitter* yang dimiliki mahasiswa, maka rumusan masalah peneliti adalah:

1. Bagaimana pengaruh *Personal Competences* terhadap pengetahuan mengenai berita *hoax* vaksinasi COVID-19 di Media Sosial Twitter?

2. Bagaimana pengaruh *Social Competences* terhadap pengetahuan mengenai berita *hoax* vaksinasi COVID-19 di Media Sosial Twitter?
3. Bagaimana pengaruh *Individual Competences Framework* terhadap pengetahuan mengenai berita *hoax* Vaksinasi COVID-19 di Media Sosial Twitter?

### **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Menguji dan menganalisis pengaruh *Personal Competences* terhadap pengetahuan mengenai berita *hoax* vaksinasi COVID-19 di Media Sosial Twitter.
2. Menguji dan menganalisis pengaruh *Social Competences* terhadap pengetahuan mengenai berita *hoax* vaksinasi COVID-19 di Media Sosial Twitter.
3. Menguji dan menganalisis pengaruh *Individual Competences Framework* terhadap pengetahuan mengenai berita *hoax* vaksinasi COVID-19 di Media Sosial Twitter.

### **D. Manfaat Penelitian**

1. Secara Teoritis

Adapun manfaat secara teoritis dalam penelitian ini:

- a. Menguji penerapan literasi media terhadap tingkat pengetahuan melalui metode *Individual Competencies Framework*
- b. Penelitian ini dapat dijadikan sebagai acuan literatur terkait kajian dan analisis di bidang media.

2. Secara Praktis

Adapun manfaat secara praktis dalam penelitian ini:

- a. Untuk peneliti, agar dapat menambah wawasan dan pengalaman terkait pengaruh literasi media dan penyebaran *hoax* di media sosial.

- b. Untuk peneliti selanjutnya, agar dapat menjadi acuan dan sumbangan wawasan untuk penelitian selanjutnya.
- c. Untuk masyarakat, agar dapat menjadi masukan dan pertimbangan bagi masyarakat dalam mempercayai informasi khususnya yang ada di media sosial.

## **E. Kerangka Teori**

### **1. Komunikasi Intrapersonal**

Menurut Effendi (2003, h. 50), komunikasi intrapersonal merupakan komunikasi yang dilakukan oleh individu yang meliputi percakapan dengan diri sendiri melalui pengamatan dan pemberian makna secara kognitif dan emosional terhadap lingkungan disekitarnya. Dari pengertian tersebut, dapat dikatakan bahwa komunikasi intrapersonal merupakan kemampuan individu dalam memonitori tindakannya terhadap sekelilingnya sebagai bukti bahwa individu tersebut sedang melakukan proses kognitif. Dalam penelitian ini, komunikasi intrapersonal digunakan sebagai konsep dasar dalam penelitian dengan melihat bagaimana seorang individu dapat memahami dan memaknai informasi sehingga informasi yang ia maknai, dapat ia komunikasikan kembali kepada orang lain. Salah satu teori komunikasi intrapersonal yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori konstruktivisme

#### **a. Teori Konstruktivisme**

Teori Konstruktivisme memiliki asumsi bahwa setiap individu membuat pengetahuan supaya mereka dapat berjalan dengan pragmatis dalam melihat dunia (Littlejohn, 2014, h.25). Teori ini mengatakan bahwa pengetahuan adalah hasil dari adanya interaksi sosial secara simbolis dari kelompok sosial, artinya bahwa individu menciptakan pengetahuannya sendiri dari hasil interaksi dengan orang lain. Teori konstruktivisme pada awalnya

dikembangkan oleh Jesse Delia yang mengatakan bahwa setiap manusia menafsirkan dan bertindak berdasarkan kategori konseptual yang ada di dalam pikirannya (dalam Littlejohn, 2014, h. 30). Tentunya setiap sistem kognitif yang dimiliki setiap orang berbeda-beda kompleksitasnya. Konstruksi pribadi dapat membantu individu dalam memahami orang lain. Individu secara aktif menginterpretasikan dan membangun makna dari dunia

## **2. Media Sosial**

### **a. Pengertian Media Sosial**

Menurut Haenlein dan Kaplan (2010, h.59), media sosial merupakan sekelompok aplikasi yang menggunakan bantuan internet yang berbasis ideologi dan teknologi dari web 2.0 sehingga para penggunanya dapat dengan mudah membuat dan menyebarkan konten yang dibuat. Web 2.0 ini mengacu kepada teknologi berbasis semacam blog dan media internet lainnya.

Sedangkan menurut Nasrullah (2016, h.12), media sosial merupakan program yang menggunakan bantuan dari internet dan memungkinkan para penggunanya untuk menunjukkan eksistensi dirinya maupun dalam melakukan interaksi, kerjasama, berbagi, serta berkomunikasi dengan para pengguna lain sehingga membentuk ikatan sosial secara daring. Dari kedua pengertian tersebut, dapat disimpulkan bahwa media sosial membantu para penganutnya untuk melakukan interaksi dari berbagai fasilitas yang disediakan oleh media tersebut sehingga dapat membentuk jaringan sosial secara virtual. Melalui fasilitas yang diberikan, setiap orang dapat dengan bebas turut berpartisipasi dengan memberikan komentar secara terbuka dan juga memberikan informasi dalam waktu yang singkat dan jangkauan yang luas.

## b. Ciri-ciri Media Sosial

Adanya teknologi internet dan alat komunikasi seperti handphone membuat setiap orang dapat dengan mudahnya mengakses media online maupun media sosial dengan mudah. Kini untuk mengakses informasi melalui internet dapat dilakukan dimanapun dan kapanpun dengan adanya internet. Peranan internet dan media sosial secara perlahan menggantikan peranan dari media konvensional dalam menyebarkan berita. Tentunya antara media konvensional dan media sosial memiliki perbedaan yang signifikan. Menurut Pusat Kementerian Perdagangan RI (2014, h.26), media sosial memiliki ciri-ciri sebagai berikut:

- 1) Pesan yang ada disebarkan kepada seluruh khalayak yang menggunakan media tersebut.
- 2) Pesan yang disampaikan secara bebas dibagikan tanpa melalui gatekeeper atau pemantau.
- 3) Pesan disampaikan secara online dan secara langsung disampaikan oleh komunikator.
- 4) Pesan akan diterima secara daring dalam waktu yang singkat.
- 5) Pesan yang disampaikan dapat terlambat diterima oleh komunikan sebab komunikan dapat menentukan waktu berinteraksi di media sosial.
- 6) Media sosial menjadi wadah bagi para penggunanya untuk menjadi seorang aktor dalam mengaktualisasikan dirinya.

Peranan media sosial yang memiliki banyak keunggulan khususnya dalam kecepatan dan luasnya penyebaran informasi ke khalayak membuat banyak masyarakat yang mulai beralih dari media konvensional ke media sosial maupun media online

### c. Fungsi Media Sosial

Adapun fungsi dari media sosial bagi masyarakat menurut Kietzmann, dkk (2011, h. 241) sebagai berikut:

#### 1) Identity

Media sosial memberikan penggambaran mengenai identitas penggunanya. Gambaran ini dapat dilihat melalui nama atau username, jenis kelamin, foto profil, dan umur.

#### 2) Conversations

Media sosial memberikan penggambaran mengenai aktivitas interaksi melalui komunikasi yang dilakukan antar para penggunanya. Pesan yang ditampilkan melalui media sosial ini bisa berupa teks, foto, video, dan emoticon.

#### 3) Sharing

Media sosial memberikan penggambaran mengenai pertukaran informasi yang terjadi antara para penggunanya. Pesan yang disampaikan dapat diberikan lagi kepada pengguna lainnya secara luas dan cepat.

#### 4) Presence

Media sosial memberikan penggambaran mengenai eksistensi dari para penggunanya. Seorang pengguna media sosial dapat mencari dan melakukan interaksi dengan pengguna lainnya melalui fitur yang disediakan.

#### 5) Relationship

Media sosial memberikan penggambaran mengenai hubungan atau ikatan antar para penggunanya.

#### 6) Reputation

Media sosial memberikan penggambaran bahwa para penggunanya dapat melakukan identifikasi diri sendiri dan pengguna lainnya.

#### 7) Groups

Media sosial memberikan penggambaran bahwa para penggunanya dapat mendirikan sebuah komunitas berdasarkan persamaan latar belakang maupun minat yang sama.

#### d. Twitter

##### 1) Sejarah Twitter

Dikutip dari Pratomo (2021), Twitter mulai berdiri dan diperkenalkan kepada publik pada tanggal 15 Juli 2006. Pada awalnya Twitter hanya digunakan oleh karyawan internal perusahaan bernama Odeo, sebuah perusahaan yang bergerak di bidang podcast yang dibangun oleh Noah Glass dan Evan Williams. Gagasan pembuatan Twitter ini dimulai dari seorang karyawan Odeo bernama Jack Dorsey. Gagasan ini muncul dikarenakan perusahaan Odeo ini tidak berjalan mulus setelah perusahaan Apple mengeluarkan fitur podcast pada iPod di tahun 2005. Bersama seorang rekan yang bekerja di Google bernama Biz Stone, Noah, Evan, dan Dorsey akhirnya mendirikan Twitter. Jack Dorsey ditetapkan sebagai *Founder* atau pendiri dari perusahaan *Twitter*.

Nama Twitter ini didefinisikan sebagai “ledakan singkat informasi tidak penting” dan “kicauan burung” (Los Angeles Time dalam Pratomo, 2021). Tercatat dalam konferensi South by Southwest Interactive di tahun 2007, Twitter semakin terkenal hingga setiap harinya terdapat 60.000 kicauan atau tweet yang disebarkan oleh penggunanya. Parag Agrawal menjadi CEO *Twitter* saat ini yang telah menjabat dari 29 November 2021 hingga sekarang (about/twitter.com). Dikutip dari newsweek.com (dalam Nurhadi, 2021), hingga tahun 2021, jumlah pengguna aktif Twitter mencapai 206 juta pengguna dan

Indonesia menduduki peringkat ke-8 dengan jumlah pengguna aktif mencapai 10,65 juta pengguna.

## 2) Fitur Twitter

Sebagai layanan jejaring sosial, *Twitter* tentunya memberikan fitur-fitur yang memudahkan para penggunanya. Berikut ini fitur-fitur yang diberikan oleh Twitter:

### a) Tweet

Merupakan istilah yang digunakan ketika seorang pengguna mengunggah sebuah pesan berupa teks, foto, video, GIF, maupun emoticon yang bisa dilihat oleh siapapun kecuali akun yang di-private.

### b) Direct Messages

Para pengguna dapat mengirimkan pesan secara pribadi ke pengguna lainnya melalui DM.

### c) Search

Kolom search membantu para pengguna untuk mencari keyword dan akun para pengguna lainnya

### d) Following

Di setiap akun pribadi para pengguna terdapat fitur following yang berguna untuk melihat dan mengikuti akun pribadi pengguna lainnya.

### e) Followers

Followers merupakan para pengguna yang mengikuti akun kita.

### f) Block

Fitur yang digunakan untuk menghilangkan atau memberhentikan sebuah akun atau tweet agar tidak lagi muncul di halaman pengguna Twitter.

### g) Like

Fitur yang digunakan apabila kita menyukai atau setuju dengan tweet yang diunggah oleh para pengguna

h) Retweet

Fitur yang digunakan untuk mempermudah para pengguna dalam menyebarkan tweet ke pengguna lainnya

i) Spaces

Fitur untuk membuat podcast secara langsung atau live

j) Avatar

Avatar merupakan foto profil untuk akun pribadi pengguna

k) Trending Topic

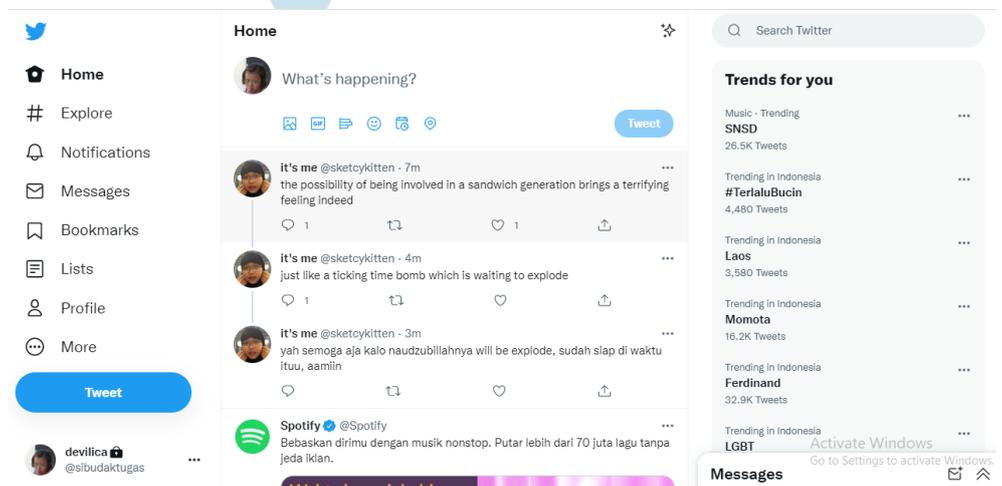
Kata kunci yang paling banyak dibicarakan di Twitter Indonesia maupun dunia

l) Hashtag

Mempermudah pengguna untuk mencari sekelompok tweet yang membicarakan suatu hal yang sama

**Gambar 1.1**

**Tampilan laman Twitter**



### 3. Literasi Media

#### a. Pengertian Literasi Media

Literasi media merupakan kata yang diambil dari bahasa Inggris, yaitu Media Literacy. Media didefinisikan sebagai wadah yang digunakan untuk melakukan pertukaran pesan, sedangkan Literacy didefinisikan sebagai “melek”. Literasi media dapat didefinisikan sebagai sebuah keahlian individu dalam membuka akses, melakukan penelitian, memberikan evaluasi, serta membuat media dalam berbagai wujud (Aspen Media Literacy Leadership Institute dalam Tamburaka, 2013, h.7).

Pada awalnya, literasi media hadir sebagai jawaban dari pandangan masyarakat terhadap dampak negatif yang dihasilkan dari media massa. Dari dampak yang ditimbulkan, maka masyarakat perlu mempunyai sebuah keahlian, pemahaman, kesadaran, dan keterampilan khusus sebagai seorang penonton di media massa televisi (Juditha, 2013, h. 50). Namun, saat ini literasi media bukan hanya saja dibutuhkan oleh para penonton televisi, tetapi dibutuhkan pula oleh semua masyarakat yang menggunakan berbagai jenis media.

Baran dan Davis (2010, h. 420) mendefinisikan literasi media sebagai sebuah gerakan bagi individu untuk melek media melalui peningkatan kontrol yang dilakukan mereka terhadap penggunaan media pertukaran informasi. Literasi media bukan hanya membahas mengenai kemampuan kajian akademik seorang individu, tetapi juga membuat persiapan bagi generasi penerus untuk memiliki literasi media sehingga para penerus bangsa dapat lebih kritis dan bijak saat memakai sebuah media informasi (Tamburaka, 2013, h. 23).

## b. Tujuan Literasi Media

Selain memberikan informasi dan hiburan bagi para penggunanya, media juga turut serta dalam memberikan dampak sosial bagi masyarakat untuk membuat perubahan perilaku. Pesan yang disampaikan melalui teks, gambar, dan suara ditujukan untuk memberikan pengaruh pada pikiran dan perasaan para khalayak. Menurut prinsip Association for Media Literacy (dalam Purwaningtyas, 2018, h. 2), media khususnya media massa dalam menyebarkan informasi memiliki pengaruh yang kuat dalam mempengaruhi khalayak sebab:

- 1) Pesan media dibentuk dengan tujuan tertentu
- 2) Semua jenis media mempunyai karakteristik bahasa tersendiri dalam membangun pesan
- 3) Pesan media mempunyai nilai dan tujuan yang ingin dituju
- 4) Setiap individu mempunyai keahlian, kepercayaan, dan pengalaman yang berbeda dalam menginterpretasikan pesan media

Media memberikan kepercayaan tertentu mengenai realita yang dimiliki bersama oleh konsumen media sebab sebagian besar realita atau kejadian yang diberikan oleh media tidak alami sendiri oleh konsumen media, tetapi dapat mereka dapat mengetahui hal tersebut karena adanya cerita yang dilihat dan didengar melalui media. Oleh karena itu, setiap individu perlu mempunyai kemampuan literasi media agar mereka tidak terjebak ke dalam realita yang salah.

Literasi media memiliki tujuan untuk memberikan kontrol besar bagi interpretasi seorang individu sebab informasi yang terdapat dalam sebuah media merupakan hasil dari konstruksi sosia yang dibangun media. Menurut Purba (2015, h. 4), terdapat dua pandangan ketika berbicara mengenai tujuan literasi media di mata

para praktisi. Pertama, merupakan kelompok proteksionis yang menyebutkan bahwa literasi media bertujuan untuk menjaga konsumen media atau masyarakat dari dampak negatif yang ditimbulkan dari penggunaan media massa. Kedua, merupakan kelompok preparasionis yang menyebutkan bahwa literasi media bertujuan untuk memberikan persiapan bagi penerus bangsa agar lebih kritis dalam mencerna pesan yang diproduksi oleh media.

c. Elemen Literasi Media

Pada intinya, literasi media membantu setiap individu untuk lebih sadar dan kritis ketika berhadapan dengan media. Art Silverblatt (dalam Tamburaka, 2013, h. 14) menyatakan terdapat beberapa elemen dari literasi media sebagai berikut:

- 1) Keahlian dalam berpikir secara kritis sehingga memberikan kemungkinan kepada khalayak untuk mengembangkan penilaian secara independen mengenai isi media
- 2) Kesadaran mengenai adanya dampak yang diberikan media kepada masyarakat dan individu
- 3) Sebuah strategi yang digunakan untuk melakukan analisis dan diskusi mengenai pesan yang disampaikan media
- 4) Kompetensi dalam menikmati, mencerna, dan menghargai isi media
- 5) Pembentukan keterampilan produksi yang efektif dan bertanggung jawab

Terdapat berbagai bentuk metode untuk mengukur tingkat literasi media seseorang, salah satunya adalah *Individual Competences Framework*.

#### **4. *Individual Competences Framework***

Keterampilan literasi media seorang individu dapat diukur dengan menggunakan metode *Individual Competence Framework*. Metode ini pertama kali digunakan pada tahun 2009 oleh European

Commision (2009, h. 34). Individual Competence merupakan keterampilan individu dalam mengoperasikan dan memanfaatkan media. Keterampilan ini meliputi membuat, melakukan analisis, dan cara mengkomunikasikan pesan yang dibuat melalui media. Terdapat 2 indikator dalam melihat Individual Competences:

a. *Personal Competence*

Keterampilan individu ketika mengoperasikan media dan memahami semua jenis fitur yang terdapat didalamnya. Terdapat beberapa kriteria ketika seseorang memiliki *Personal Competence*:

1) *Technical Skills*

Keterampilan dalam mengoperasikan dan memahami semua fitur dan instruksi yang ada di dalamnya. Terdapat beberapa elemen dalam keterampilan teknik ini, yaitu:

- a) Keterampilan dalam mengoperasikan komputer dan internet
- b) Keterampilan dalam mengoperasikan media secara aktif
- c) Penggunaan internet yang tinggi dalam keseharian

2) *Critical Understanding*

Keterampilan secara kognitif dalam mengoperasikan media yang meliputi keterampilan dalam mencerna, membuat analisis, dan evaluasi konten media. Elemen dalam *Critical Understanding* adalah:

- a) Keterampilan dalam memahami isi konten dan fungsi media
- b) Mempunyai pengetahuan mengenai regulasi dan media itu sendiri
- c) Perilaku dari para pengguna media ketika menggunakannya

b. *Social Competence*

Keterampilan individu ketika melakukan produksi konten media proses komunikasi dan membentuk relasi sosial melalui media tersebut. *Social Competences* ini melibatkan *Communicative Abilities*. *Communicative Abilities* secara umum merupakan keterampilan dalam membentuk dan membangun relasi sosial dan turut mengambil partisipasi dalam masyarakat melalui media. Terdapat beberapa elemen dalam *Communicative Abilities* yaitu:

- 1) Keterampilan dalam melakukan komunikasi dan membangun relasi sosial menggunakan media
- 2) Keterampilan dalam ikut mengambil partisipasi dengan masyarakat menggunakan media
- 3) Keterampilan dalam melakukan produksi dan berkreasi konten media.

c. Pengukuran *Individual Competences Framework*

Setelah melakukan pengukuran literasi media melalui elemen-elemen tersebut, maka hasil dari pengukuran tersebut akan dibagi menjadi beberapa kategori penilaian. Terdapat 3 kategori hasil pengukuran literasi media menggunakan *Individual Competences Framework* sebagai berikut:

1) *Basic*

Penilaian kepada individu yang mempunyai keterampilan penggunaan media yang terbatas, sehingga ia mempunyai kemampuan analisis media yang kurang baik.

2) *Medium*

Penilaian kepada individu yang mempunyai pengetahuan dalam mendapatkan dan melakukan evaluasi informasi yang dimiliki. Kemudian dalam taraf ini, seorang individu dinilai aktif dalam memakai media dan turut berpartisipasi secara sosial memakai media.

### 3) *Advanced*

Penilaian kepada individu yang mempunyai pengetahuan dalam mengoperasikan media yang tinggi, melakukan analisis secara mendalam, ikut aktif melakukan komunikasi yang aktif di media.

## 5. Hoax

### a. Pengertian Hoax

Kata “Berita” diambil dari bahasa sansekerta, yaitu Vrit yang memiliki arti “ada” atau “terjadi”, atau Vritta yang bermakna “kejadian yang sudah terjadi” (Tamburaka, 2013, h. 87). Secara umum, berita merupakan sebuah peristiwa nyata yang aktual. Namun, berita yang seharusnya menceritakan kejadian yang faktual, seringkali menceritakan kejadian yang tidak benar atau tidak pernah terjadi, atau seringkali disebut sebagai hoax. Fenomena hoax kerap kali menjadi topik hangat di lingkungan masyarakat, khususnya mengenai berita hoax COVID-19. Hoax adalah informasi yang dibuat tidak berdasarkan fakta yang ada (Chazawi & Ferdian, 2016, h. 236). Sedangkan menurut Gunawan dan Ratmono (2018, h. 3), berita Hoax merupakan sebuah informasi yang salah sebagai bentuk cara seseorang untuk menipu pembaca agar mempercayai sesuatu hal. Seorang individu yang tidak memiliki literasi media yang tinggi, cenderung akan mudah mempercayai berita hoax.

Berita hoax yang dibentuk dan disalurkan melalui media konvergen dengan cepat dan masif. Media sosial, termasuk Twitter menjadi media yang paling banyak berita hoax sebab media sosial bisa diakses tanpa batas dan setiap orang bisa beropini mengenai apapun. Hoax dibuat dengan tujuan untuk membentuk opini publik dan menggiring persepsi khalayak sesuai dengan tujuan pembuat berita hoax. Hoax sangatlah berbahaya sebab informasi tersebut

dapat memungkinkan berubahnya persepsi masyarakat baik dari segi kognitif dan afektif. Masyarakat akan dirugikan oleh berita hoax yang ada. Hoax akan membuat masyarakat menjadi bingung hingga menyebabkan kesalahpahaman. Kesalahpahaman dan perpecahan ini nantinya akan menimbulkan kebencian yang nantinya akan dimanfaatkan pihak yang tidak bertanggung jawab.

b. Ciri-ciri Hoax

Dikutip dari CNN Indonesia (2021), Johnny G. Plate, Menteri Komunikasi dan Informatika, mengatakan bahwa dari tanggal 1 hingga 10 Maret, Kominfo menemukan terdapat 1.470 berita hoax, khususnya mengenai COVID-19 berdasarkan data yang diambil dari tanggal 23 Januari 2020- 10 Maret 2021 dan paling banyak ditemukan dalam media sosial Facebook dan Twitter. Banyaknya berita hoax yang bertebaran membuat seluruh masyarakat perlu mewaspadaikan dan mendeteksi berita mana yang palsu dan benar agar tidak larut dalam berita yang salah. Dikutip dari buku *Common Hoaxes and Chain Letters* (Harley, h. 2008, h. 2) terdapat beberapa ciri yang umum yang seringkali ditemukan dalam berita hoax sebagai berikut:

- 1) Terdapat ajakan untuk para pembacanya agar menyebarkan berita tersebut atau mengirimkannya secara berantai kepada orang lain
- 2) Tidak terdapat tanggal terjadinya peristiwa atau verifikasi, contoh: kemarin
- 3) Tidak terdapat tanggal kadaluarsa informasi
- 4) Tidak terdapat organisasi yang melakukan identifikasi atau dikutip sebagai sumber informasi.

c. Jenis-jenis Hoax

Menurut Rahadi (2017, h. 62) terdapat beberapa jenis berita hoax sebagai berikut:

1) Fake News

Berita bohong adalah informasi yang dibuat untuk mengambil alih posisi berita faktual yang ada dengan tujuan untuk menutupi fakta tersebut.

2) Clickbait

Clickbait pada umumnya terletak pada judul berita dengan tujuan untuk menjebak para pembaca untuk masuk ke dalam situs tersebut. Selain gambar, biasanya juga dipasang gambar yang memprovokasi pembaca.

3) Bias Informasi

Interpretasi mengenai sebuah peristiwa yang baru terjadi sebagai bukti kepercayaan yang dibuat.

4) Misinformation

Berita yang belum terbukti keakuratannya dan sering digunakan untuk penipuan.

5) Satire

Humor atau ironi yang melebih-lebihkan sebuah peristiwa yang sedang hangat diperbincangkan.

6) Post-truth

Sering dikenal pula sebagai “pasca kebenaran” yang merupakan peristiwa yang membangun opini publik berdasarkan emosi.

7) Propaganda

Sebuah kegiatan penyebaran informasi yang belum tentu akurat bahkan cenderung palsu yang bertujuan untuk mempengaruhi opini masyarakat.

## 6. Pengetahuan

### a. Pengertian Pengetahuan

Pengetahuan merupakan kesimpulan dari hasil tahu seorang manusia yang dapat diurai secara terorganisir dan sistematis

terhadap sebuah objek dari indra yang dimiliki (Notoatmodjo, 2018). Menurut Idi (2011), pengetahuan merupakan sesuatu yang memiliki tujuan untuk mengapai validitas ilmiah mengenai sebuah objek tertentu yang diolah melalui cara pandang (*approach*), metode (*method*), serta sebuah sistem tertentu.

b. Faktor yang Mempengaruhi Pengetahuan

Setiap orang tentunya memiliki pengetahuan yang berbeda-beda. Menurut Budiman dan Riyanto (2013, h.66), terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi pengetahuan sebagai berikut:

1) Pendidikan

Latar belakang pendidikan yang semakin tinggi pada individu, maka semakin cepat pula penerimaan dan pemahamannya terhadap sebuah informasi dan pada akhirnya ilmu pengetahuannya juga akan semakin tinggi (Sriningsih, 2011, h, 100)

2) Informasi atau Media Massa

Sumber informasi dan informasi yang didapatkan individu akan mempengaruhi pengetahuannya. Semakin sering individu tersebut mendapatkan informasi, maka individu tersebut akan bertambah pengetahuan serta wawasannya.

3) Sosial dan Budaya

Latar belakang sosial dan budaya yang berbeda tentunya mempengaruhi pengetahuan individu. Proses perubahan sikap dan perilaku seseorang tentunya ditentukan pula dari latar sosial dan budaya. Individu yang mempunyai sosial dan budaya yang baik maka pengetahuannya akan baik.

4) Pengalaman

Pengalaman yang pernah dialami oleh individu akan dijadikan sebagai pembelajaran dan dijadikan sebagai pengetahuan baru.

5) Usia

Bertambahnya usia individu akan membuat daya tangkap dan pola pikir yang berkembang pula sehingga pengetahuan yang didapatkan akan meningkat dan membaik.

6) Ekonomi

Status ekonomi yang tinggi memberikan peluang yang besar bagi individu untuk mendapatkan dan meningkatkan pengetahuannya.

7) Lingkungan

Lingkungan menjadi tempat terjadinya interaksi timbal balik antar individu. Pengetahuan akan masuk kedalam individu melalui interaksi tersebut. Jadi, apabila lingkungan individu baik, maka pengetahuan yang diperoleh akan baik.

c. Mengukur Tingkat Pengetahuan

Untuk mengukur tingkat pengetahuan, dapat dilaksanakan melalui wawancara ataupun kuesioner. Kegiatan tersebut dapat berisi beberapa pertanyaan mengenai materi yang akan diukur dari responden atau narasumber (subjek penelitian). Menurut Budiman dan Riyanto (2013), pengetahuan individu dapat diukur dari beberapa tahapan berikut:

- 1) Tahap 1: Tahap tahu (*know*) dan pemahaman (*comprehension*)
- 2) Tahap 2: Tahap tahu (*know*), pemahaman (*comprehension*), dan analisis (*analysis*)
- 3) Tahap 3: Tahap tahu (*know*), pemahaman (*comprehension*), aplikasi (*application*), analisis (*analysis*), sintesis (*synthesis*), dan evaluasi (*evaluation*)

Setelah mengetahui tahapan pengetahuan individu, Arikunto (2006) membagi tingkat pengetahuan berdasarkan nilai persentase dengan 3 kategori:

- 1) Kategori Baik, apabila hasil persentase  $\geq 75\%$

- 2) Kategori Cukup, apabila hasil persentase 56% - 74%
- 3) Kategori Kurang, apabila hasil persentase  $\leq 55\%$

## F. Kerangka Konsep

Adanya kemajuan teknologi informasi dan komunikasi membentuk sebuah inovasi baru dalam berkomunikasi. Individu yang saling berjauhan dapat tetap menjalin komunikasi dan bersosialisasi karena adanya sebuah media yang dikenal sebagai media sosial. Media sosial membantu manusia dalam bertukar dan menerima informasi yang ada. Twitter merupakan salah satu bentuk media sosial yang digunakan untuk menjalin komunikasi dan bersosialisasi antar para penggunanya, fitur yang mudah digunakan oleh para penggunanya membuat Twitter menjadi salah satu pilihan media sosial dalam mencari dan menyebarkan informasi kepada masyarakat.

Kemudahan dalam menyebarkan informasi ini juga bisa menjadi bumerang bagi para penggunanya. Seringkali informasi yang disebarkan oleh para pengguna Twitter tidak dapat dipertanggungjawabkan dan belum terbukti fakta sebenarnya atau hoax. Saat pandemi seperti ini, media sosial menjadi salah satu sumber informasi yang digunakan masyarakat untuk mencari informasi mengenai COVID-19. Literasi media menjadi sebuah kemampuan yang wajib dimiliki oleh setiap pengguna media online maupun media sosial untuk melindungi diri mereka dari banyaknya tayangan negatif yang memiliki potensi untuk mempengaruhi masyarakat, termasuk berita hoax. Tingkat literasi media seorang individu ini dapat diukur dengan teori *Individual Competences Framework*. Metode tersebut digunakan untuk melihat *Personal Competence* dan *Social Competence*. Nantinya kedua kompetensi tersebut akan berkaitan dengan tingkat pengetahuan yang dimiliki oleh subjek penelitian,

Penelitian ini menggunakan 3 variabel yang berhubungan. Menurut Asra, dkk (2014, h. 31), variabel dianggap sebagai nilai yang dinamis apabila bersentuhan dengan indikator lain yang tentunya dapat diukur. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah (Kumar dalam Asra, dkk, 2014, h.32):

1. Variabel Bebas

Variabel ini juga dikenal sebagai variabel Independen. Variabel ini yang memberikan perubahan pada sebuah fenomena. Variabel Independen dari penelitian ini adalah literasi media berdasarkan *Individual Competences Framework* yang dibagi menjadi dua variabel yaitu *Personal Competence* (X1) dan *Social Competence* (X2).

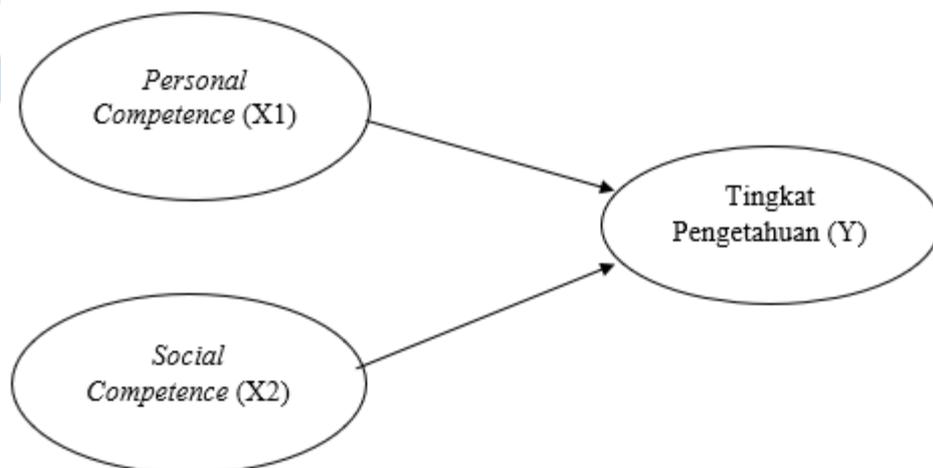
2. Variabel Terikat

Variabel ini juga dikenal sebagai variabel Dependen. Variabel ini hadir sebagai akibat dari adanya variabel bebas dan nantinya variabel ini menjadi fokus yang akan diteliti. Variabel Dependen dari penelitian ini adalah tingkat pengetahuan

Berikut ini merupakan model hubungan antar variabel yang digunakan dalam penelitian ini:

**Gambar 1.2**

**Kerangka Konsep**



**G. Definisi Operasional**

Menurut Sugiyono (2014), definisi operasional merupakan kontrak yang telah ditentukan atau sifat yang telah dicapai dan dipelajari sehingga nantinya akan membentuk variabel yang terukur. Dalam definisi operasional terdapat

variabel penelitian yang menjelaskan indikator-indikatornya. Berikut definisi operasional dalam penelitian ini:

**Tabel 1.1**  
**Definisi Operasional**

<b>VARIABEL</b>	<b>DEFINISI</b>	<b>INDIKATOR</b>	<b>SKALA</b>
<i>Personal Comptence</i> (X1)	Keterampilan individu ketika mengoperasikan media dan memahami semua jenis fitur yang terdapat didalamnya (European Commision, 2009, h.34).	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Keterampilan dalam mengoperasikan komputer dan internet</li> <li>2. Keterampilan dalam mengoperasikan media secara aktif</li> <li>3. Penggunaan internet yang tinggi dalam keseharian</li> <li>4. Keterampilan dalam memahami isi konten dan fungsi media</li> <li>5. Mempunyai pengetahuan mengenai regulasi dan media itu sendiri</li> </ol>	Interval

		6. Perilaku dari para pengguna media ketika menggunakannya	
<i>Social Competence</i> (X2)	Keterampilan secara kognitif dalam mengoperasikan media yang meliputi keterampilan dalam mencerna, membuat analisis, dan evaluasi konten media (European Commision, 2009, h.34).	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Keterampilan dalam melakukan komunikasi dan membangun relasi sosial menggunakan media</li> <li>2. Keterampilan dalam ikut mengambil partisipasi dengan masyarakat menggunakan media</li> <li>3. Keterampilan dalam melakukan produksi dan berkreasi konten media.</li> </ol>	Interval

Tingkat Pengetahuan (Y)	Pengetahuan merupakan kesimpulan dari hasil tahu seorang manusia yang dapat diurai secara terorganisir dan sistematis terhadap sebuah objek dari indra yang dimiliki (Notoatmodjo, 2018).	1. Tahap tahu (know), 2. Pemahaman (comprehension) 3. Aplikasi (application), 4. Analisis (analysis), 5. Sintesis (synthesis), 6. Evaluasi (evaluation)	Guttman
-------------------------	---	--	---------

## H. Hipotesis

Menurut Sugiyono (2008, h. 34), hipotesis merupakan hasil yang bersifat sementara dari rumusan masalah dalam penelitian. Hipotesis ini merupakan wujud pernyataan dari rumusan masalah penelitian. Hipotesis bersifat sementara sebab hipotesis dibentuk berdasarkan teori yang sudah ada dan relevan, namun teori ini belum didasari oleh fakta atau tidak empiris. Adapun hipotesis dalam penelitian ini sebagai berikut:

- Ho=
1. Tidak terdapat pengaruh *Personal Competence* terhadap tingkat pengetahuan mengenai berita *hoax* vaksinasi COVID-19
  2. Tidak terdapat pengaruh *Social Competence* terhadap tingkat pengetahuan mengenai berita *hoax* vaksinasi COVID-19
  3. Tidak terdapat pengaruh *Individual Competences Framework* terhadap tingkat pengetahuan mengenai berita *hoax* vaksinasi COVID-19
- Ha=
1. Terdapat pengaruh *Personal Competence* terhadap tingkat pengetahuan mengenai berita *hoax* vaksinasi COVID-19

2. Terdapat pengaruh *Social Competence* terhadap tingkat pengetahuan mengenai berita *hoax* vaksinasi COVID-19
3. Terdapat pengaruh *Individual Competences Framework* terhadap tingkat pengetahuan mengenai berita *hoax* vaksinasi COVID-19

## **I. Metodologi Penelitian**

### **1. Metode Penelitian**

Metode Penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survey. Menurut Sugiyono (2014, h. 6), metode survey dipakai dalam memperoleh data dari sebuah tempat yang telah ditentukan yang bersifat alamiah, bukan sengaja dibuat. Sejalan dengan yang dikemukakan oleh Sugiyono, Groves (2010, h. 57), survey memberikan hasil informasi yang alami dalam bentuk statistik yang diperoleh dari jawaban atas pertanyaan yang diajukan peneliti kepada responden terkait kepercayaan, pendapat, perilaku, dan karakteristik mereka.

Dalam penelitian survey, peneliti akan memberikan pertanyaan mengenai beberapa hal yang berkaitan dengan pengukuran beberapa variabel beserta indikatornya dan melakukan uji hipotesis. Metode survey ini digunakan untuk menganalisis hubungan antar variabel sehingga hipotesa dalam penelitian menjadi pertanyaan (Singarimbun & Effendi, 1995, h. 98).

### **2. Jenis Penelitian**

Pada penelitian kali ini, peneliti menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Menurut Neuman (2003, h. 449), kuantitatif merupakan penelitian yang menggunakan hipotesis dengan menggabungkan konsep dan beberapa variabel yang jelas. Penelitian ini menggunakan perhitungan yang sistematis sesuai dengan standarisasi yang ada. Terdapat beberapa karakteristik dari penelitian kuantitatif menurut Ghazali (2013, h.9) sebagai berikut:

- a. Adanya proses pengumpulan data berbentuk data numerik. Data numerik ini didapatkan dari jumlah responden yang telah menjawab instrumen pertanyaan.
- b. Melakukan analisis terhadap sebuah fenomena, membuat perbandingan antar kelompok, dan menghubungkan beberapa variabel menggunakan analisis yang bersifat statistik dan interpretasi hasil yang didapat.
- c. Memakai standar yang baku dalam penulisan penelitiannya.

Pada dasarnya, penelitian kuantitatif digunakan untuk meneliti suatu populasi atau sampel yang telah ditentukan, mengumpulkan data dengan menggunakan instrumen penelitian, serta melakukan analisis data yang bersifat statistik untuk menguji hipotesis yang telah dibuat (Sugiyono, 2014, h.8). Penelitian ini akan menggunakan pendekatan eksplanatif kuantitatif.

Menurut Supriyanto, dkk (2010, h. 201), penelitian eksplanatif digunakan untuk menjabarkan hubungan dari beberapa variabel independent maupun dependen dari sebuah penelitian. Sedangkan menurut Bungin (2003), penelitian eksplanatif digunakan untuk menjabarkan generalisasi dari sampel terhadap sebuah populasi atau menjelaskan adanya hubungan, perbedaan, ataupun pengaruh antara satu variabel dengan variabel lainnya. Oleh karena itu, pada penelitian ini terdapat sample dan hipotesisnya.

### **3. Lokasi Penelitian**

Lokasi penelitian ini seharusnya diadakan di Provinsi Banten. Adanya pandemi COVID-19 dan peraturan pemerintah yang mengharuskan masyarakat untuk menghindari kerumunan dan berjaga jarak, penelitian kali ini akan dilaksanakan secara online. Media yang digunakan adalah media sosial Twitter. Peneliti akan mencari dan mengumpulkan responden melalui aplikasi Twitter sesuai kriteria yang dibutuhkan.

#### 4. Populasi

Menurut Sugiyono (2008, h.36), populasi merupakan kawasan dari objek atau subjek penelitian yang disamaratakan dengan adanya ciri khas tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk membuat kesimpulan penelitian. Populasi dalam penelitian ini adalah para pengguna aktif sosial media Twitter yang merupakan mahasiswa aktif angkatan 2018-2021 yang berdomisili maupun berkuliah di Banten. Dikutip dari CNN Indonesia (2019), Amin Mudzakir, peneliti dari Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia (LIPI), mengatakan bahwa hasil survei yang dilakukan, terdapat 3 daerah dengan penerimaan informasi hoax tertinggi, yaitu Aceh, Jawa Barat, dan Banten.

#### 5. Sampel

Menurut Sugiyono (2008, h.66), sampel merupakan komponen kecil dari jumlah dan karakteristik khas yang dipunyai oleh populasi. Untuk penelitian ini, peneliti menggunakan teknik *non-probability sampling*. Menurut Kriyantono (2006, h. 156), teknik *non-probability sampling* artinya adalah pengambilan sampel untuk setiap individu yang tidak diberikan kesempatan yang sama untuk dipilih menjadi sampel. Terdapat berbagai bentuk dari teknik *non-probability sample* dan dalam penelitian ini jenis dari teknik yang digunakan adalah *purposive sampling*. *Purposive Sampling* merupakan teknik pengambilan sampel yang dilakukan dengan adanya pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2008, h. 68). Teknik ini digunakan karena tidak semua sampel yang dibutuhkan memiliki karakteristik khas yang sesuai dengan keinginan peneliti. Adapun pertimbangan tertentu yang perlu dipenuhi oleh sampel untuk menjadi responden dalam penelitian ini:

- a. Pengguna aktif Twitter di tahun 2020- sekarang
- b. Mahasiswa aktif angkatan 2018-2021 Strata 1 (S1)
- c. Berdomisili di provinsi Banten

Untuk mencari banyaknya sampel yang dibutuhkan, peneliti menggunakan rumus slovin dengan *margin of error* sebesar 10% sebagai berikut:

$$\begin{aligned}
 n &= N/1+Ne^2 \\
 &= 1.359.845/ 1+ 1.359.845 (0,1)^2 \\
 &= 1.359.845/ 13.598,45 \\
 &= 100 \text{ sampel}
 \end{aligned}$$

N= Jumlah populasi

n= Jumlah Sampel

Maka dalam penelitian ini, peneliti akan mengambil 100 sampel atau 100 responden untuk diteliti.

## 6. Uji Validitas dan Reliabilitas

### a. Uji Validitas

Pada penelitian ini, uji validitas akan dilihat melalui kuesioner yang telah diisi oleh subjek penelitian untuk membuktikan apakah valid atau tidaknya alat ukur yang digunakan. Jika pertanyaan yang tertulis melalui kuesioner dapat memberikan jawaban akan sesuatu hal yang diukur dalam penelitian, maka kuesioner tersebut valid atau sah (Singarimbun & Effendi, 1995, h. 122).

Untuk menguji validitas ini akan menggunakan hasil kuesioner dari 100 responden dengan tingkat kepercayaan sebesar 0,1 dengan menggunakan rumus correlation product moment dipaparkan sebagai berikut:

$$r = \frac{n \cdot \sum XY - \sum X \cdot \sum Y}{\sqrt{n \cdot \sum X^2 - (\sum X)^2} \cdot \sqrt{n \cdot \sum Y^2 - (\sum Y)^2}}$$

Keterangan:

r = Koefisien validitas butir

pertanyaan

n = Jumlah banyaknya koresponden

X = Skor yang didapat subjek dari seluruh item

Y = Total skor yang didapat dari seluruh item

$\Sigma X$  = Jumlah skor pada distribusi X

$\Sigma Y$  = Jumlah skor pada distribusi Y

$\Sigma X^2$  = Jumlah kuadrat masing-masing X

$\Sigma Y^2$  = Jumlah kuadrat masing-masing Y

Uji validitas pada penelitian digunakan untuk mengukur sah atau tidak suatu kuesioner dengan skor total pada tingkat signifikansi 5% dan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Untuk pengujian validitasnya, maka peneliti membandingkan pearson correlation setiap butir soal dengan table r produk moment. Jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$ , maka item pernyataan tersebut dinyatakan valid. Hasil uji validitas dapat disajikan pada tabel di bawah ini dengan  $n = 100$ , maka didapatkan df sebesar  $100-2 = 98$  dan  $\alpha = 5\%$  maka nilai  $r_{tabel}$  sebesar 0.1966.

**Tabel 1.2**

**Hasil Uji Validitas Variabel *Personal Competences* (X1)**

No	Pertanyaan	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keterangan
Keterampilan dalam mengoperasikan komputer dan internet				
1	Apakah anda mampu mengakses internet dengan menggunakan komputer atau handphone?	0.196	0.702	Valid
2	Apakah anda mampu mengoperasikan komputer/ handphone untuk membuka	0.196	0.719	Valid

	<i>Twitter</i> dan mencari kebutuhan informasi tanpa bantuan orang lain?			
Keterampilan dalam mengoperasikan media secara aktif				
3	Apakah dalam sehari anda mampu menggunakan media sosial Twitter?	0.196	0.691	Valid
4	Apakah anda mampu membuka media sosial lainnya selain Twitter?	0.196	0.709	Valid
Penggunaan internet yang tinggi dalam keseharian				
5	Apakah anda mampu menggunakan internet lebih dari 4 jam dalam sehari?	0.196	0.736	Valid
6	Apakah setiap hari anda mampu menggunakan Twitter untuk berkomunikasi dengan orang lain?	0.196	0.723	Valid
Keterampilan dalam memahami isi konten dan fungsi media				
7	Apakah anda mampu mencari informasi mengenai informasi terkait vaksinasi	0.196	0.748	Valid

	COVID-19 di Twitter?			
8	Apakah anda mampu memahami informasi terkait vaksinasi COVID-19 di Twitter dengan jelas?	0.196	0.705	Valid
Mempunyai pengetahuan mengenai regulasi dan media itu sendiri				
9	Apakah anda mampu menyebarkan informasi yang benar melalui Twitter sesuai dengan UU ITE yang berlaku?	0.196	0.727	Valid
Perilaku dari para pengguna media ketika menggunakannya				
10	Apakah anda mampu membandingkan informasi dari <i>Twitter</i> dengan sumber lainnya untuk memperoleh informasi yang akurat?	0.196	0.632	Valid

Pengambilan keputusan pada data tabel di atas berdasarkan uji validitas menggunakan pearson correlation dengan melihat rtabel, maka:

$r_{hitung} > 0.1966$  maka item pernyataan kuesioner valid

$r_{hitung} < 0.1966$  maka item pernyataan kuesioner tidak valid

Sehingga dapat disimpulkan bahwa 10 butir soal pada variabel *Personal Competences* (X1) merupakan data yang valid.

**Tabel 1.3**

**Hasil Uji Validitas Variabel *Social Competences* (X2)**

No	Pertanyaan	r <sub>hitung</sub>	r <sub>tabel</sub>	Keterangan
Keterampilan dalam melakukan komunikasi & membangun relasi sosial menggunakan media				
1	Apakah anda mampu menyebarluaskan informasi yang anda peroleh dari Twitter mengenai vaksinasi COVID-19 kepada teman-teman maupun keluarga?	0.196	0.846	Valid
2	Apakah anda dapat bergabung/ mengikuti akun maupun komunitas yang membahas mengenai vaksinasi COVID-19 di <i>Twitter</i> ?	0.196	0.762	Valid
Keterampilan dalam ikut mengambil partisipasi dengan masyarakat menggunakan media				
3	Apakah anda mampu menjelaskan hal-hal dasar mengenai vaksinasi COVID-19	0.196	0.846	Valid

	(manfaat divaksin, jenis vaksin, gejala, dan lainnya, dll) yang anda peroleh dari Twitter kepada orang lain?			
4	Apakah anda mampu berpartisipasi dengan berkomentar atau membalas tweet dari akun lain yang membahas mengenai vaksinasi COVID-19 di Twitter?	0.196	0.721	Valid
Keterampilan dalam melakukan produksi dan berkreasi konten media.				
5	Apakah anda mampu membuat konten media berupa tweet, foto, atau video mengenai informasi mengenai vaksinasi COVID-19 di Twitter?	0.196	0.768	Valid

Pengambilan keputusan pada data tabel di atas berdasarkan uji validitas menggunakan pearson correlation dengan melihat rtabel, maka:

$r_{hitung} > 0.1966$  maka item pernyataan kuesioner valid

$r_{hitung} < 0.1966$  maka item pernyataan kuesioner tidak valid

Sehingga dapat disimpulkan bahwa 5 butir soal pada variabel *Social Competences* (X2) merupakan data yang valid.

**Tabel 1.4**  
**Hasil Uji Validitas Variabel Tingkat Pengetahuan (Y)**

No	Pertanyaan	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keterangan
1	Vaksin bukanlah obat untuk menyembuhkan COVID-19, tetapi vaksin digunakan untuk membentuk kekebalan tubuh.	0.196	0.582	Valid
2	Penerimaan vaksin COVID-19 pertama di Indonesia adalah Bapak Joko Widodo.	0.196	0.626	Valid
3	Seseorang yang memiliki diabetes dengan komplikasi akut, tetap boleh menerima vaksin COVID-19 untuk menjaga kesehatannya.	0.196	0.503	Valid
4	Walaupun suhu tubuh seseorang di atas 37,5o C, dia tetap	0.196	0.364	Valid

	boleh menerima vaksin COVID-19.			
5	Pfizer, Moderna, dan AstraZeneca merupakan beberapa nama vaksin COVID-19.	0.196	0.720	Valid
6	Sebanyak 99% masyarakat Indonesia sudah menerima vaksinasi dosis kedua COVID-19.	0.196	0.467	Valid
7	Demam setelah menerima vaksin COVID-19 merupakan hal yang wajar dari efek samping vaksin.	0.196	0.598	Valid
8	Ketika saya melakukan booster vaksin, maka saya akan 100% kebal terhadap virus COVID-19.	0.196	0.364	Valid
9	Aplikasi resmi yang digunakan oleh pemerintah untuk melacak penyebaran	0.196	0.720	Valid

	virus COVID-19 bernama PeduliLindungi.			
10	Vaksin COVID-19 tidak mengandung mikrocip magnetis	0.196	0.319	Valid
11	Vaksin Sinovac telah mendapatkan sertifikat halal dan aman dari MUI.	0.196	0.479	Valid
12	Vaksin COVID-19 dapat mengubah DNA manusia.	0.196	0.515	Valid
13	Saya tetap harus menerapkan protokol kesehatan walau sudah divaksin 3 kali.	0.196	0.462	Valid
14	Vaksinasi dilakukan untuk meningkatkan herd immunity atau kekebalan kelompok.	0.196	0.382	Valid
15	Kasus kematian yang diakibatkan oleh efek vaksin COVID-19 merupakan berita hoax.	0.196	0.241	Valid

Pengambilan keputusan pada data tabel di atas berdasarkan uji validitas menggunakan pearson correlation dengan melihat rtabel, maka:

$r_{hitung} > 0.1966$  maka item pernyataan kuesioner valid

$r_{hitung} < 0.1966$  maka item pernyataan kuesioner tidak valid

Sehingga dapat disimpulkan bahwa 15 butir pernyataan pada variabel Tingkat Pengetahuan (Y) merupakan data yang valid.

#### b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan indikator yang membuktikan sejauh mana alat ukur dapat dipercaya. Sebuah kuesioner disebut *reliabel* apabila jawaban responden memiliki konsistensi dari antar jawaban (Singarimbun & Effendi, 1995, h.140). Instrumen dapat dikatakan *reliabel* jika mempunyai *Cronbach Alpha* lebih dari 0,6 atau sama dengan 0,6 (Pramesti, 2014, h.44). Penggunaan rumus ini disesuaikan dengan teknik skoring yang dilakukan pada setiap item dalam instrumen.

**Tabel 1.5**

#### **Hasil Uji Reliabilitas Variabel *Personal Competences* (X1)**

Cronbach's Alpha	Keterangan
0.889	Reliabel

Berdasarkan tabel di atas, hasil uji reliabilitas variabel *Personal Competences* (X1) pada 100 responden bernilai  $0.889 > 0.6$  sehingga kesimpulannya dari variabel *Personal Competences* (X1) bernilai reliabel.

**Tabel 1.6**  
**Hasil Uji Reliabilitas Variabel *Social Competences* (X2)**

Cronbach's Alpha	Keterangan
0.845	Reliabel

Berdasarkan tabel di atas, hasil uji reliabilitas variabel *Social Competences* (X2) pada 100 responden bernilai  $0.845 > 0.6$  sehingga kesimpulannya dari variabel *Personal Competences* (X2) bernilai reliabel.

**Tabel 1.7**  
**Hasil Uji Reliabilitas Variabel Tingkat Pengetahuan (Y)**

Cronbach's Alpha	Keterangan
0.762	Reliabel

Berdasarkan tabel di atas, hasil uji reliabilitas variabel Tingkat Pengetahuan (Y) pada 100 responden bernilai  $0.762 > 0.6$  sehingga kesimpulannya dari variabel Tingkat Pengetahuan (Y) bernilai reliabel.

## 7. Metode Pengumpulan Data

Menurut Ahmadi (2014, h. 49), peneliti perlu menggunakan metode untuk melakukan pencarian dan penggalan fakta dari data yang dibutuhkan dalam penelitian, kegiatan ini disebut sebagai teknik pengumpulan data. Dalam penelitian kuantitatif ini, teknik pengumpulan data yang digunakan adalah dengan menggunakan kuesioner. Kuesioner adalah serangkaian pertanyaan yang berkaitan dengan topik dan variabel yang telah ditentukan. Tujuan dari penggunaan kuesioner ini adalah untuk mendapatkan dan mengumpulkan informasi yang berhubungan dengan tujuan penelitian

yang mempunyai reliabilitas dan validitas yang tinggi (Yusuf, 2018, h. 199).

Kuesioner ini akan disebarakan secara online menggunakan Google Form. Pertanyaan yang ada di kuesioner dibuat akan mengacu pada operasional variabel dan penetapan indikator pada penelitian. Kuesioner yang diisi oleh responden nantinya akan menjadi sumber data utama dalam penelitian ini. Terdapat dua jenis kuesioner, yaitu terbuka dan tertutup. Dalam penelitian ini akan menggunakan kuesioner tertutup. Menurut Sugiyono (2008, h.142) kuesioner tertutup terdiri dari beberapa pertanyaan yang memiliki beberapa alternatif jawaban yang dapat dipilih oleh responden

## **8. Metode Pengukuran Data**

Dalam menentukan skor pada indeks, dalam penelitian ini menggunakan skala interval dan skala Guttman. Menurut Sekaran dan Bougie (2016), skala interval merupakan skala yang digunakan dalam mengukur artimatika tertentu yang dapat dinyatakan dalam peringkat dan jarak konstruk dari yang telah diukur pada data yang sudah didapatkan dari responden. Dalam skala interval tidak ada titik nol yang mutlak. Skala interval ini digunakan dalam menghitung variabel independent, yaitu *Personal Competence* (X1) dan *Social Competence* (X2).

Sedangkan skala Guttman digunakan untuk menghitung variabel dependen, yaitu tingkat pengetahuan (Y). Menurut Sugiyono (2018, h. 96), skala Guttman digunakan untuk menghitung jawaban yang tegas seperti “Ya atau Tidak”, “Benar atau Salah”, dan lainnya.

## **9. Metode Analisis Data**

### **a. Rata-Rata Hitung (*Mean*)**

Menghitung rata-rata atau *Mean* ditujukan untuk melihat hasil total dari keseluruhan nilai yang diperoleh dari sekelompok

sampel pada setiap indikator pertanyaan. Kemudian, dari hasil total tersebut akan dibagi dengan total sampel. Berikut ini merupakan rumus *Mean* yang digunakan:

$$\bar{X} = \frac{\sum_{i=1}^n X_i}{n}$$

Keterangan:

$\bar{X}$  = Mean

$X_i$  = Jumlah Data

$n$  = Jumlah Sampel

## b. Rentang Skala

### 1) Skala Interval

Dalam mengumpulkan data melalui kuesioner, nantinya data tersebut akan digunakan untuk membentuk skala nilai penentuan dari setiap pertanyaan kuesioner. Menurut Sujarweni & Utama (2019, h. 8), skala interval digunakan untuk mengukur data yang memiliki tingkatan urutan. Dalam penelitian ini yang akan dihitung dan diberikan tingkatan urutan adalah variabel  $X_1$  dan  $X_2$  yaitu mengukur kemampuan personal maupun *Social Competences* responden. Skala interval mempunyai aturan nilai nol yang tidak absolut.

**Tabel 1.8**

**Skala Interval**

Skala Interval	Kriteria
4	Sangat Mampu
3	Mampu
2	Kurang Mampu

1	Tidak Mampu
---	-------------

Rentang skala diperlukan untuk menentukan posisi responden dengan cara melihat nilai skor dari tiap pertanyaan dalam kuesioner. Berikut ini merupakan cara yang digunakan untuk menghitung rentang skala:

$$RS = \frac{max-min}{b}$$

Keterangan:

RS = Rentang Skala

max = nilai skor tertinggi

min = nilai skor terendah

b = jumlah kelas

Dalam penelitian ini, nilai skor tertinggi dalam penelitian ini adalah 4 dan skor terendah adalah 1, sedangkan jumlah kelasnya sebanyak 4, sehingga nilai rentang skala akan sebagai berikut:

$$RS = \frac{4-1}{4} = 0.75$$

**Tabel 1.9**

**Rentang Skala Interval**

Rentang Skala	Keterangan
3.26- 4.00	Sangat Mampu
2.56- 3.25	Mampu
1.76- 2.50	Kurang Mampu
1.00- 1.75	Tidak Mampu

## 2) Skala Guttman

Skala Guttman digunakan untuk mengukur data yang didapat pada variabel Y, yaitu tingkat pengetahuan. Berikut ini merupakan kriteria yang digunakan pada variabel Y:

**Tabel 1.10**

### Nilai Skala Guttman dan Kriterianya

a) Apabila Jawaban Benar

Nilai Guttman	Kriteria
Benar	1
Salah	0

b) Apabila Jawaban Salah

Nilai Guttman	Kriteria
Benar	0
Salah	1

Berdasarkan 2 tabel tersebut, apabila setiap pernyataan dengan jawaban benar, maka akan diberikan skor 1 bila menjawab “benar” dan skor 0 bila menjawab “salah”. Sedangkan setiap pernyataan dengan jawaban salah, maka akan diberikan skor 1 bila menjawab “salah” dan skor 0 bila menjawab “benar”. Sehingga, nantinya dari 15 soal yang ada akan dikategorikan sesuai dengan teori pengkategorian dari tingkat pengetahuan yang ditulis oleh Arikunto (2006) sebagai berikut:

$$Skor = \frac{a}{n} \times 100\%$$

Keterangan:

$\alpha$  = Jumlah jawaban benar

n = Jumlah soal

**Tabel 1.11**

**Rentang Tingkat Pengetahuan**

Skor	Kategori	Persentase
12- 15	Baik	$\geq 75\%$
9-11	Cukup	56%-74%
1- 8	Kurang	$\leq 55$

**c. Uji Regresi Linear Berganda**

Menurut Sujarweni dan Utami (2019, h. 133), regresi digunakan untuk melakukan uji pengaruh antar variabel yang diteliti. Untuk melakukan analisis data, penelitian ini menggunakan regresi linear berganda. Regresi linear berganda digunakan ketika penelitian mempunyai lebih dari satu variabel independent dan satu variabel dependen. Berikut ini rumus regresi linear berganda.

$$Y=a+b_1X_1+b_2X_2+\dots +e$$

Keterangan:

Y : Variabel Dependen

a : Konstanta

b<sub>1</sub> : Koefisien regresi X<sub>1</sub>

b<sub>2</sub> : Koefisien regresi X<sub>2</sub>

X<sub>1</sub> : Variabel Independen 1

X<sub>2</sub> : Variabel Independent 2

e : Error

Hasil dari uji regresi linear berganda harus menghasilkan data yang berdistribusi normal dan bebas dari uji heteroskedastisitas, multikolinieritas, dan autokorelasi (jika menggunakan data sekunder). Untuk itu, diperlukan beberapa uji lainnya dalam uji regresi sebagai berikut:

1) Uji Simultan (Uji F)

Menurut Ghazali (2013, h.96), Uji F digunakan untuk menguji signifikansi antara variabel independen secara bersama terhadap variabel dependen. Untuk uji F, peneliti akan membandingkan  $F_{tabel}$  dan  $F_{hitung}$  serta nilai signifikan sebesar 0,05. Untuk mengambil keputusan dalam uji F, peneliti menggunakan dasar sebagai berikut:

- a) Jika nilai  $Sig \leq 0,05$  atau  $F_{hitung} \geq F_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak. Kesimpulannya adalah hasil regresi tersebut dapat digunakan untuk membuat prediksi pada variabel Y.
- b) Jika nilai  $Sig \geq 0,05$  atau  $F_{hitung} \leq F_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima. Kesimpulannya adalah hasil regresi tersebut tidak dapat digunakan untuk membuat prediksi pada variabel Y.

2) Uji Parsial (Uji t)

Menurut Ghazali (2013, h.96), uji parsial atau uji t dipakai untuk mengetahui sejauh mana nilai uji mempunyai keterkaitan atau pengaruh antara satu variabel penjelas menjelaskan variasi variabel dependent. Untuk uji t, peneliti akan membandingkan  $t_{tabel}$  dan  $t_{hitung}$  serta nilai signifikan sebesar 0,05. Untuk mengambil keputusan dalam uji t, peneliti menggunakan dasar sebagai berikut:

- a) Jika  $\text{Sig.-t} \leq 0,05$  maka  $H_0$  ditolak. Kesimpulannya adalah bahwa variabel independent memiliki pengaruh dengan variabel dependen.
- b) Jika  $\text{Sig.-t} \geq 0,05$ , maka  $H_0$  diterima. Kesimpulannya adalah bahwa variabel independent tidak memiliki pengaruh terhadap variabel dependen.

3) Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Menurut Ghozali (2013, h.95), koefisien determinasi ( $R^2$ ) digunakan untuk mengukur tingkat kemampuan dari model regresi yang digunakan untuk menjelaskan variabel dependen. Untuk mengambil keputusan dalam uji koefisien determinasi, peneliti menggunakan dasar sebagai berikut:

- a) Nilai dari R square bernilai dari antara 0 hingga 1.
- b) Jika nilai R square mendekati nilai 1, maka variabel independent memberikan pengaruh yang besar bagi variabel dependent sebab nilai koefisien deteminasi memiliki rentang  $0\% \leq R^2 \leq 100\%$ .
- c) Jika nilai R square bernilai 0, maka variabel independent tidak memberikan pengaruh bagi variabel dependent sebab nilai koefisien determinasi memiliki rentang  $0\% \leq R^2 \leq 100\%$ .

**d. Uji Asumsi Klasik**

Uji asumsi klasik merupakan uji sebagai syarat statistik yang wajib digunakan dalam analisis linear berganda (Meiryani, 2021). Uji asumsi klasik digunakan untuk membuktikan apakah model regresi yang digunakan adalah tepat estimasi, tidak berbelok (tidak bias), dan konsisten.

### 1) Uji Normalitas (Monte Carlo)

Menurut Sujarweni dan Utami (2019, h. 79), uji normalitas merupakan syarat dalam menganalisis data kuantitatif untuk melihat kenormalan sebuah data, apakah data yang digunakan berdistribusi normal atau tidak. Salah satu model yang digunakan untuk uji normalitas adalah dengan menggunakan uji statistic non-parametik Monte Carlo. Uji normalitas akan menghasilkan nilai residual yang berdistribusi normal atau tidak. Untuk mengambil keputusan dalam uji t, peneliti menggunakan dasar sebagai berikut:

- a) Jika nilai Asymp. Sig (2-tailed)  $> \alpha$  (0,05) artinya nilai residual berdistribusi dengan normal.
- b) Jika nilai Asymp. Sig (2-tailed)  $< \alpha$  (0,05) artinya nilai residual berdistribusi dengan tidak normal.

### 2) Uji Multikolinearitas (Variance Inflation Factor)

Menurut Sujarweni dan Utami (2019, h. 164), uji Multikolinearitas digunakan untuk mengetahui apakah variabel independent mempunyai kemiripan dengan variabel independent lainnya. Apabila terdapat kemiripan antar variabel independent tersebut, maka korelasi akan menjadi kuat. Sebuah data harus bebas dari multikolinieritas, maka peneliti menggunakan dasar sebagai berikut:

- a) Jika nilai tolerance  $\geq 0,10$  atau VIF  $\leq 10$ , artinya tidak terdapat nilai multikolinearitas.
- b) Jika nilai tolerance  $\leq 0,10$  atau VIF  $\geq 10$ , artinya terdapat nilai multikolinearitas.

### 3) Uji Autokorelasi (Durbin Watson)

Menurut Sujarweni dan Utami (2019, h. 165), uji autokorelasi digunakan untuk mengetahui apakah terdapat

korelasi antara variabel pengganggu dalam periode tertentu dengan variabel sebelumnya. Gani & Amalia (2015, h.24) mengatakan bahwa uji autokorelasi berimplikasi pada pengaruh data satu variabel yang saling berkaitan dengan variabel lain karena nilai sebuah data memiliki kemungkinan untuk dipengaruhi oleh data lainnya. Apabila terjadi autokorelasi pada variabel, maka dapat dikatakan model regresi yang digunakan buruk sebab model tersebut memberikan hasil parameter yang irasional dan tidak masuk akal.

Untuk mendeteksi ada atau tidaknya autokorelasi, digunakan model Durbin Watson. Dalam mengambil keputusan uji autokorelasi, peneliti menggunakan dasar sebagai berikut:

- a) Jika nilai dari Durbin Watson diantara -2 hingga 2, artinya data tidak memiliki autokorelasi.

#### 4) Uji Heteroskedastisitas (Uji Glejser)

Uji Glejser digunakan untuk melihat apakah terdapat perbedaan varian residual dari sebuah periode pengamatan ke periode pengamatan lainnya (Surjarweni & Utami, 2019, h.166). Sebuah penelitian yang memiliki lebih dari 2 variabel harus bebas dari heteroskedastisitas agar tidak terdapat persamaan *variance* residual pada nilai regresi. Sebuah data dapat dikatakan tidak memiliki heteroskedastisitas apabila nilai  $\text{sig} >$  dari nilai sebesar 0,05. Dalam mengambil keputusan uji heteroskedastisitas, peneliti menggunakan dasar sebagai berikut:

- a) Jika nilai  $\text{sig} >$  dari nilai  $\alpha$  sebesar 0,05, maka data bebas dari heteroskedastisitas
- b) nilai  $\text{sig} <$  dari nilai  $\alpha$  sebesar 0,05, maka data terdapat heteroskedastisitas