

BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN

A. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data yang dilakukan dalam skripsi yang berjudul “PENGARUH *PERSONAL & SOCIAL COMPETENCES* TERHADAP TINGKAT PENGETAHUAN MENGENAI BERITA HOAX VAKSINASI COVID-19 DI MEDIA SOSIAL TWITTER”, berikut ini merupakan kesimpulan yang didapatkan:

1. Nilai *Personal Competences* rata-rata dari 100 responden yang telah mengisi kuesioner adalah sebesar 3,22 yang memiliki indikator mampu. Dapat disimpulkan bahwa *Personal Competences* yang dimiliki 100 responden merupakan kemampuan bernilai *medium*. Penilaian yang diberikan ini memiliki indikator bahwa setiap individu mempunyai pengetahuan yang baik dalam mendapatkan dan melakukan evaluasi informasi yang dimiliki. Kemudian dalam taraf ini, seorang individu dinilai aktif dalam memakai media.
2. Hasil penelitian dari 100 responden mahasiswa/mahasiswi angkatan 2018-2021 yang berdomisili di Banten membuktikan bahwa *Personal Competences* (X1) terhadap tingkat pengetahuan (Y) dengan nilai t hitung sebesar $2,004 > t_{tabel} 1,984$ dan nilai sig. yaitu $0,048 < 0,050$. Dapat disimpulkan bahwa *Personal Competences* (X1) memiliki pengaruh terhadap tingkat pengetahuan (Y).
3. Nilai *Social Competences* rata-rata dari 100 responden yang telah mengisi kuesioner adalah sebesar 2,87 yang memiliki indikator mampu. Dapat disimpulkan bahwa *Social Competences* yang dimiliki 100 responden merupakan kemampuan bernilai *medium*. Penilaian yang diberikan ini memiliki indikator bahwa setiap individu mempunyai pengetahuan yang baik dalam mendapatkan dan melakukan evaluasi informasi yang dimiliki. Kemudian dalam taraf ini, seorang individu dinilai turut berpartisipasi secara sosial memakai media.

4. Hasil penelitian dari 100 responden mahasiswa/mahasiswi angkatan 2018-2021 yang berdomisili di Banten membuktikan bahwa Variabel *Social Competences* (X2) dengan Tingkat Pengetahuan (Y) yang didapat melalui thitung $2,371 > t_{tabel} 1,984$ dan nilai sig. yaitu $0,020 < 0,050$. Dapat disimpulkan bahwa *Social Competences* (X2) memiliki pengaruh terhadap tingkat pengetahuan (Y).
5. Hasil penelitian dari 100 responden mahasiswa/mahasiswi angkatan 2018-2021 yang berdomisili di Banten membuktikan bahwa terdapat Pengaruh *Individual Competences Framework* terhadap tingkat pengetahuan yang dapat dilihat R Square sebesar 0,299. Dari nilai tersebut, dapat disimpulkan bahwa pengaruh *Personal Competences* dan *Social Competences* terhadap tingkat pengetahuan sebesar 29,9%. Sedangkan koefisien e yang bernilai $100\% - 29,9\% = 70,1\%$ merupakan pengaruh variabel lain diluar *Individual Competences* yang mempengaruhi pengetahuan seseorang.

B. SARAN

Setelah melaksanakan penelitian skripsi yang berjudul “PENGARUH *PERSONAL & SOCIAL COMPETENCES* TERHADAP TINGKAT PENGETAHUAN MENGENAI BERITA HOAX VAKSINASI COVID-19 DI MEDIA SOSIAL TWITTER”, adapun saran yang diberikan kepada pihak-pihak yang terkait:

1. Bagi Pengguna Media Sosial khususnya Twitter

Bagi pengguna media sosial Twitter maupun media sosial atau media lainnya, diharapkan memiliki kemampuan literasi meliputi kemampuan dalam membuka, mengakses, menganalisis, mengevaluasi, hingga melakukan komunikasi terhadap konten yang ada di media. Selain itu, diharapkan masyarakat 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 bertebaran di media sosial. Pemilihan media pencarian informasi juga dibutuhkan, ada baiknya pengguna internet mencari media alternatif yang lebih kredibel dalam mencari informasi, misalnya dalam mencari informasi mengenai COVID-19, salah satu media yang kredibel adalah <https://covid19.go.id/>.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

- a. Diharapkan penelitian ini menjadi acuan untuk penelitian selanjutnya mengenai *Individual Competences Framework* yang dihubungkan atau dikaitkan dengan variabel yang relevan lainnya
- b. Diharapkan peneliti selanjutnya dapat menggunakan teori lain selain *Individual Competences Framework* untuk mengukur kemampuan literasi media dari responden
- c. Diharapkan peneliti selanjutnya dapat memperluas wilayah penelitian berdasarkan responden atau media sosial lainnya sehingga memperoleh hasil yang lebih variatif dan heterogen
- d. Diharapkan peneliti selanjutnya dapat menyebarkan kuesioner secara langsung dan turut berinteraksi secara langsung dengan responden

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmadi, Abu. (2007). *Psikologi Sosial*. Jakarta: Rineka Cipta
- Ahmadi, Ruslan. (2014). *Metodologi Penelitian Kualitatif. Cetakan ke-1*. Yogyakarta: Ar-ruzz Media.
- Ardianto, Elvinaro, dkk. (2007). *Komunikasi Massa Suatu Pengantar Edisi Revisi*. Bandung: PT. Simbiosis Rekatama Media.
- Asra, Abuzar, dkk. (2014). *Metode Penelitian Survey*. Jakarta: In Medika.
- BPS. (2019). *Proporsi Individu Yang Menggunakan Internet Menurut Provinsi (Persen) 2017-2019*. Diakses dari <https://www.bps.go.id/indicator/27/1225/1/proporsi-individu-yang-menggunakan-internet-menurut-provinsi.html> pada 12 Mei 2022.
- Baran, Stenley J & Dennis K. Davis. (2010). *Teori Ilmu Komunikasi Massa: Dasar Pergolakan, dan Masa Depan*. Jakarta: Salemba Humanika
- Basri, Hasan. (2017). *Peran Media Sosial Twitter Dalam Interaksi Sosial Pelajar Sekolah Menengah Pertama di Kota Pekanbaru (Studi Kasus Pelajar SMPN 1 Kota Pekanbaru)*. Jom FISIP (7) (2), h. 1-15
- Budiansyah, Arif. (2020). *Menkominfo: Aplikasi PeduliLindungi itu Resmi & Aman!*. Diakses dari <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20200420082913-37-152993/menkominfo-aplikasi-pedulilindungi-itu-resmi-aman> pada 30 April 2022
- Budiyanto & Riyanto A. (2013). *Kapita Selekta Kuisisioner Pengetahuan Dan Sikap Dalam Penelitian Kesehatan*. Jakarta: Salemba Medika
- Bungin, Burhan. (2003). *Analisis Data Penelitian Kualitatif*. Jakarta: PT. Abed

Grafindo Persada

Chazawi, Adami & Ardi Ferdian. (2016). *Tindak Pidana Pemalsuan*. Jakarta: PT

Rajagrafindo Persada

CNN, Indonesia. (2019). *LIPI: Jawa Barat, Aceh, dan Banten Tertinggi Informasi*

Hoax. Diakses dari

<https://www.cnnindonesia.com/nasional/20190118175011-20-362017/lipi-jawa-barat-aceh-dan-banten-tertinggi-informasi-hoaks> pada 27 Juni 2022

Commission, European. (2009). *Study on Assessment Criteria for Media Literacy*

Levels: A Comprehensive view of the concept of media literacy and an understanding of how media literacy levels in Europe should be assessed.

Diakses dari https://ec.europa.eu/assets/eac/culture/library/studies/literacy-criteria-report_en.pdf pada 21 November 2021

COVID-19, SATGAS. (2021). *Indonesia Terima Kedatangan Vaksin Tahap ke-*

100, Wujud Upaya dan Komitmen Pemerintah Amankan Stok Vaksin

COVID-19. Diakses dari [https://covid19.go.id/p/berita/indonesia-](https://covid19.go.id/p/berita/indonesia-terima-kedatangan-vaksin-tahap-ke-100-wujud-upaya-dan-komitmen-pemerintah-amankan-stok-vaksin-covid-19)

[terima-kedatangan-vaksin-tahap-ke-100-wujud-upaya-dan-komitmen-pemerintah-amankan-stok-vaksin-covid-19](https://covid19.go.id/p/berita/indonesia-terima-kedatangan-vaksin-tahap-ke-100-wujud-upaya-dan-komitmen-pemerintah-amankan-stok-vaksin-covid-19)

pada 25 Februari 2022

Effendi, Onong U. (2003). *Ilmu, Teori, & Filsafat Komunikasi, ed.3*. Bandung: PT.

Citra Aditya Bakti

Gani, Irawan & Siti Amalia. (2015). *ALAT ANALISIS DATA – Aplikasi Statistik*

Untuk Penelitian Bidang Ekonomi dan Sosial ed. 1. Yogyakarta: CV Andi

Offset

Ghozali, Imam. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*

21 Update PLS Regresi. Semarang: Badan Penerbit Universitas

Diponegoro.

- Gunawan, Budi & Barito Mulyo Ratmono. (2018). *Kebohongan di Dunia Maya*. Jakarta: Kepustakaan Populer Gramedia
- Groves, Robert M., (2010). *Survey Methodology, first edition*. USA: John Wiley & Sons, Inc.
- Haenlein, Michael. (2010). *Users of The World, Unite! The Challenges and Opportunities of Social Media*. Business Horizons: USA
- Harley. (2008). *Common Hoaxes and Chain Letters*. San Diego: ESET
- Idi, Abdullah. (2011). *Sosiologi Pendidikan Individu, Masyarakat, dan Pendidikan*. Jakarta: Rajawali Pers
- Idris, Muhammad. (2021). *Generasi Z dan Milenial Dominasi Jumlah Penduduk Indonesia*. Diakses dari <https://money.kompas.com/read/2021/01/22/145001126/generasi-z-dan-milenial-dominasi-jumlah-penduduk-indonesia?page=all#:~:text=Dengan%20rujukan%20Frey%2C%20dari%20hasil,populasi%20sebanyak%2021%2C88%20persen> pada 4 September 2021
- Ikhsan, M. (2021). *Twitter Serious, Blokir Akun Sebar Hoax Vaksin COVID-19*. Diakses dari <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20210302085116-185-612479/twitter-serius-blokir-akun-sebar-hoax-vaksin-covid-19> pada 12 September 2021
- Iriantara, Yosol. (2009). *Literasi Media: Apa, Mengapa, Bagaimana*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media
- Juditha, Christiany. (2013). *Literasi Media pada Anak di Daerah Perbatasan Indonesia dan Timor Leste*. Jurnal IPTEK-KOM, Vol. 15, h. 47-62

Kementerian, Perdagangan RI. (2014). *Panduan Optimalisasi Media Sosial Untuk Kementerian Perdagangan RI*. Jakarta: Pusat Humas Kementerian Perdagangan RI.

Kietzmann, Jan H, dkk. (2011). *Social Media? Get Serious! Understand the Functional Building Blocks of Social Media*. Universitas Simon Fraser: Kanada

Kominfo. (2020). *Sanksi Menanti Penyebar Hoaks Saat Pandemi*. Diakses dari <https://www.kominfo.go.id/content/detail/26140/sanksi-menanti-penyebar-hoaks-saat-pandemi/0/artikel> pada 12 Mei 2022.

Kominfo. (2021). *Hoaks Vaksin COVID-19*. Diakses dari <https://web.kominfo.go.id/sites/default/files/Total%20Isu%20Hoaks%20Vaksin%20Covid-19%20sd%202024%20Oktober%202021.pdf> pada 5 Maret 2022

Kriyantono, Rahmat. (2006). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: PT. Kencana Perdana

Littlejohn, S. W. & Karen A. F. (2014). *Teori Komunikasi: Theories of Human Communication, ed. 9*. Jakarta: Salemba Humanika

Marwan. (2021). *Peran Vaksin dalam Penanganan Pandemi C19*. Diakses dari http://lp2m.unmul.ac.id/webadmin/public/upload/files/9584b64517cfe308eb6b115847cbe_8e7 pada 28 November 2021

Maulidia, Sabila. (2021). *Pola Konsumsi Masyarakat Dalam Mengakses Berita Saat Pandemi*. Diakses dari <https://bpptik.kominfo.go.id/2021/07/23/9088/pola-konsumsi-masyarakat-dalam-mengakses-berita-saat-pandemi/> pada 29 Juni 2022

Nasrullah, Rulli. (2016). *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya,*

- Sosioteknologi, ed 2*. Simbiosis Rekatama Media: Bandung
- Neuman, W. Lawrence. (2003). *Social research methods: Qualitative and quantitative approaches*. Boston: Allyn and Bacon.
- Notoatmodjo, S. (2018). *Metodologi Penelitian Kesehatan*, Cetakan ketiga. Jakarya: PT Rineka Cipta
- Nurhadi. (2021). *20 Negara dengan Jumlah Pengguna Twitter Paling Banyak di Dunia*. Diakses dari <https://tekno.tempo.co/read/1525605/20-negara-dengan-jumlah-pengguna-twitter-paling-banyak-di-dunia> pada 8 September 2021
- Pramesti, G. (2014). *Kupas Tuntas Data Penelitian Dengan SPSS 22*. Jakarta: Penerbit Elex Media Komputindo.
- Pratomo, Yudha. (2021). *Sejarah Twitter, Jejaring Sosial yang Terinspirasi dari SMS*. Diakses dari <https://tekno.kompas.com/read/2021/04/14/20420077/sejarah-twitter-jejaring-sosial-yang-terinspirasi-dari-sms?page=all> pada 13 November 2021
- Purba, Rebekka. (2015). *Tingkat Literasi Media Pada Mahasiswa (Studi Deskriptif Pengukuran Tingkat Literasi Media Berbasis Individual Competence Framework Pada Mahasiswa Departemen Ilmu Komunikasi USU)*. Diakses dari <https://docplayer.info/37092996-Tingkat-literasi-media-pada-mahasiswa.html> pada 14 November 2021
- Purwaningtyas, Franindya. (2018). *Literasi Informasi dan Literasi Media*. Jurnal Iqra', Vol. 12 (2), h. 1-9
- Putra, Aditya P. (2021). *Ada 1.470 Hoax COVID-19 Hingga Maret, Terbanyak di*

- Facebook*. Diakses dari <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20210312163857-185-616809/ada-1470-hoax-covid-19-hingga-maret-terbanyak-di-facebook-pada-23-November-2021>
- Rahadi, D.R. (2017). *Perilaku Pengguna Dan Informasi Hoax Di Media Sosial*.
Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan, 5, h. 58-70
- Rahmat. (2021). *Survei LSI: 36,4 Persen Masyarakat Tak Mau Divaksin COVID-19*. Diakses dari <https://www.cnnindonesia.com/nasional/20210718163102-20-669198/survei-lsi-364-persen-masyarakat-tak-mau-divaksin-covid-19-pada-8-September-2021>
- Rahmawati, Ayu. (2018). *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*. Diakses dari <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/41363/1/AYU%20RAHMAWATI-FDK.pdf> pada 8 September 2021
- Rizaty. Monavia Ayu. (2021). *Siapa Tokoh Terpopuler di Twitter pada 2021?*. Diakses Dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/07/09/siapa-tokoh-terpopuler-di-twitter-pada-2021> pada 1 September 2021.
- Rokom. (2022). *Vaksinasi Dosis 2 Telah Mencapai 70,38% dari Target Sasaran Vaksinasi Nasional*. Diakses dari <https://sehatnegeriku.kemkes.go.id/baca/rilis-media/20220304/0239463/vaksinasi-dosis-2-telah-mencapai-7038-dari-target-sasaran-vaksinasi-nasional/> pada 30 April 2022
- Rosana, Fransisca C. (2020). *Kominfo: Ada 196 Hoaks Virus Corona, Terbanyak*

di FB dan Twitter. Diakses dari
[https://bisnis.tempo.co/read/1318951/kominfo-ada-196-hoaks-virus-
corona-terbanyak-di-fb-dan-twitter](https://bisnis.tempo.co/read/1318951/kominfo-ada-196-hoaks-virus-corona-terbanyak-di-fb-dan-twitter) pada 8 September 2021

Sekaran, Uma & Roger Bougie. (2016). *Research Method For Business: A Skill-Building Approach 17th Edition*. Chichester: Wiley

Singarimbun, M dan Effendi. (1995). *Metode Penelitian Survey*. Jakarta: PT.

Pustaka LP3ES

Sholihuddin, M. (2013). *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)*. Diakses dari <http://journal.unair.ac.id/download-fullpapers-ln05697e9fb4full.pdf> pada 6 Juni 2022.

Sriningsih, I. (2011). *Faktor Demografi, Pengetahuan Ibu Tentang Air Susu Ibu dan Pemberian ASI Eksklusif*. *Jurnal Kesehatan Masyarakat*, 6 (2), h. 100-106.

Stephanie, Conney. (2021). *Berapa Lama Orang Indonesia Akses Internet dan Medsos Setiap hari?*. Diakses dari <https://tekno.kompas.com/read/2021/02/23/11320087/berapa-lama-orang-indonesia-akses-internet-dan-medsos-setiap-hari?page=all> pada 28 Juni 2022

Sugiyono. (2008). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta

Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sujarweni, V. W. & Lila R. Utami. (2019). *The Master Book of SPSS*. Yogyakarta:

STARTUP

Supriyanto, Acmad Sani, dan Masyhuri M. (2010). *Metodelogi Riset Manajemen*

Sumber Daya Manusia. Malang: UIN Maliki Press

Suranto, A. (2010). *Komunikasi Sosial Budaya*. Yogyakarta: Graha Ilmu

Suwaryo, Puta A.W, & Podo Yuwono. (2017). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi*

Tingkat Pengetahuan Masyarakat dalam Mitigasi Bencana Alam Tanah Longsor. Jurnal Penelitian Kolokium (6), h. 305- 314

Tamburaka, Apriadi. (2013). *Literasi Media*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada

Twitter. (2022). *Who We Are: Our Company*. Diakses dari

<https://about.twitter.com/en/who-we-are/our-company> pada 6 Maret 2022

Widjaja, H. A. W. (2000). *Ilmu Komunikasi Pengantar Studi*. Jakarta: PT Ineka

Cipta

Yusuf, Muri. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, & Penelitian*

Gabungan. Jakarta: Prenada Media Group

LAMPIRAN

KUESIONER PENELITIAN

**PENGARUH *PERSONAL & SOCIAL COMPETENCES* TERHADAP
TINGKAT PENGETAHUAN MENGENAI BERITA HOAX VAKSINASI
COVID-19 DI MEDIA SOSIAL TWITTER**

**(Studi Eksplanatif Kuantitatif pada Mahasiswa Angkatan 2018-2021 di
Wilayah Banten)**

A. Identitas Diri

1. Nama:
2. Jenis Kelamin:
 - a. Pria
 - b. Wanita
3. Domisili:
 - a. Kota Tangerang
 - b. Kota Tangerang Selatan
 - c. Kabupaten Tangerang
 - d. Kota Cilegon
 - e. Kota Serang
 - f. Kabupaten Serang
 - g. Kabupaten Lebak
 - h. Kabupaten Pandeglang
4. Universitas:
5. Angkatan:
 - a. 2018
 - b. 2019
 - c. 2020
 - d. 2021
6. Username Twitter:

B. Variabel *Personal Competence* (X1)

No.	Pertanyaan	Skor			
		Sangat Mampu (4)	Mampu (3)	Kurang Mampu (2)	Tidak Mampu (1)
Keterampilan dalam mengoperasikan komputer dan internet					
1	Apakah anda mampu mengakses internet dengan menggunakan komputer atau <i>handphone</i> ?				
2	Apakah anda mampu mengoperasikan komputer/ <i>handphone</i> untuk membuka <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 <i>Twitter</i> ?				
4	Apakah anda mampu membuka media sosial lainnya selain <i>Twitter</i> ?				
Penggunaan internet yang tinggi dalam keseharian					
5	Apakah anda mampu menggunakan internet lebih dari 4 jam dalam sehari?				
6	Apakah setiap hari anda mampu menggunakan <i>Twitter</i> untuk berkomunikasi dengan orang lain?				

Keterampilan dalam memahami isi konten dan fungsi media					
7	Apakah anda mampu mencari informasi mengenai informasi terkait vaksinasi COVID-19 di <i>Twitter</i> ?				
8	Apakah anda mampu memahami informasi terkait vaksinasi COVID-19 di <i>Twitter</i> dengan jelas?				
Mempunyai pengetahuan mengenai regulasi dan media itu sendiri					
9	Apakah anda mampu menyebarkan informasi yang benar melalui <i>Twitter</i> sesuai dengan UU ITE yang berlaku?				
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?				

C. Variabel Social Competence (X2)

No.	Pertanyaan	Skor			
		Sangat Mampu (4)	Mampu (3)	Kurang Mampu (2)	Tidak Mampu (1)
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?				
2	Apakah anda dapat bergabung/ mengikuti akun maupun komunitas yang membahas mengenai vaksinasi COVID-19 di <i>Twitter</i> ?				
Keterampilan dalam ikut mengambil partisipasi dengan masyarakat menggunakan media					
3	Apakah anda mampu menjelaskan hal-hal dasar mengenai vaksinasi COVID-19 (manfaat divaksin, jenis vaksin, gejala, dan lainnya, dll) yang anda peroleh dari <i>Twitter</i> kepada orang lain?				
4	Apakah anda mampu berpartisipasi dengan berkomentar atau membalas <i>tweet</i> dari akun lain yang membahas				

	mengenai vaksinasi COVID-19 di Twitter?				
Keterampilan dalam melakukan produksi dan berkreasi konten media.					
5	Apakah anda mampu membuat konten media berupa <i>tweet</i> , foto, atau video mengenai informasi mengenai vaksinasi COVID-19 di <i>Twitter</i> ?				

D. Tingkat Pengetahuan (Y)

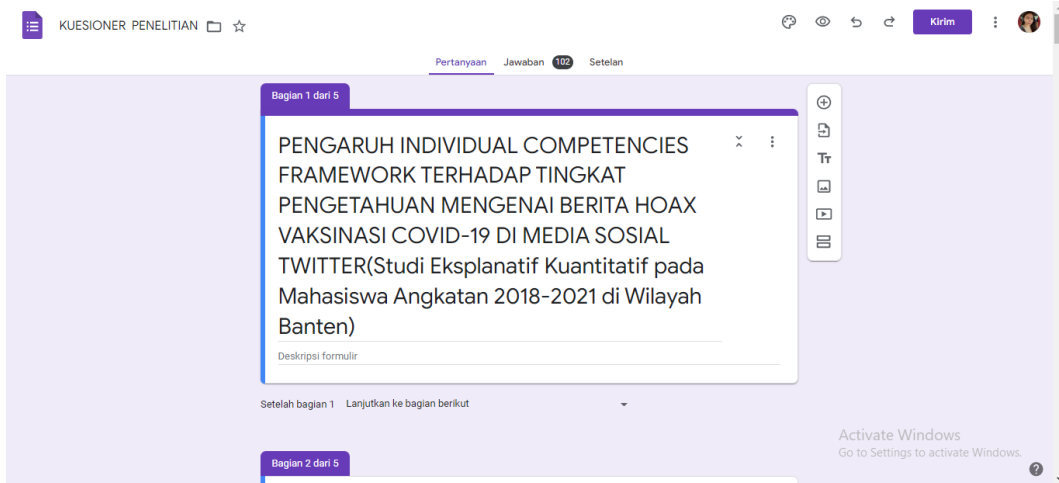
No.	Pernyataan	Skor	
		Benar	Salah
1	Vaksin bukanlah obat untuk menyembuhkan COVID-19, tetapi vaksin digunakan untuk membentuk kekebalan tubuh. (<i>comprehension</i>)		
2	Penerimaan vaksin COVID-19 pertama di Indonesia adalah Bapak Joko Widodo		
3	Seseorang yang memiliki diabetes dengan komplikasi akut, tetap boleh menerima vaksin COVID-19 untuk menjaga kesehatannya.		
4	Walaupun suhu tubuh seseorang di atas 37,5° C, dia tetap boleh menerima vaksin COVID-19.		
5	Pfizer, Moderna, dan AstraZeneca merupakan beberapa nama vaksin COVID-19. (<i>know</i>)		

6	Sebanyak 99% masyarakat Indonesia sudah menerima vaksinasi dosis kedua COVID-19		
7	Demam setelah menerima vaksin COVID-19 merupakan hal yang wajar dari efek samping vaksin.		
8	Ketika saya melakukan <i>booster</i> vaksin, maka saya akan 100% kebal terhadap virus COVID-19.		
9	Aplikasi resmi yang digunakan oleh pemerintah untuk melacak penyebaran virus COVID-19 bernama PeduliLindungi.		
10	Vaksin COVID-19 tidak mengandung mikrocip magnetis		
11	Vaksin Sinovac telah mendapatkan sertifikat halal dan aman dari MUI (<i>synthesis</i>)		
12	Vaksin COVID-19 dapat mengubah DNA manusia		
13	Saya tetap harus menerapkan protokol kesehatan walau sudah divaksin 3 kali (<i>application</i>)		
14	Vaksinasi dilakukan untuk meningkatkan <i>herd immunity</i> atau kekebalan kelompok (<i>evaluation</i>)		
15	Kasus kematian yang diakibatkan oleh efek vaksin COVID-19 merupakan berita hoax		

HASIL OLAH DATA

Gambar 5.1

Kuesioner Penelitian



Gambar 5.2

Hasil Coding Jawaban Responden

No	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10	X1	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2	Y1	Y2	Y3	Y4
1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	3	3	3	1	3	13	1	1	1	1
2	4	3	4	2	3	3	2	3	3	4	31	4	4	4	2	4	18	1	1	1	1
3	Antonius Kenny																				
4	Marto	3	4	2	3	4	4	3	3	2	3	31	4	3	4	1	4	16	1	1	1
5	Maria Fransisca	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	38	4	4	4	1	4	17	1	1	1
6	Galenieta Hermawan	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	37	4	4	4	1	3	16	1	1	1
7	Nadia R.	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	38	4	4	4	2	4	18	1	1	1
8	Ikhmahwati Tan M	3	3	3	4	4	3	3	1	3	3	30	3	3	3	1	3	13	1	1	1
9	Gracia Inneke	3	3	3	3	3	4	3	2	2	4	30	4	3	4	1	3	15	1	1	1
10	Jessica Laurensia	2	2	3	3	3	3	2	1	1	3	23	3	3	3	1	3	13	1	1	1
11	Richard	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	37	4	4	4	2	4	18	1	1	1
12	Katarina W.	4	3	4	3	4	4	4	3	4	3	36	4	4	4	3	4	19	1	1	1
13	Pangih	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30	3	3	3	2	3	14	1	1	1
14	Bernadeta P. I	4	4	4	4	3	2	3	3	2	4	33	2	4	2	2	4	14	0	1	1
15	Jewieca	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	4	4	4	3	4	19	1	1	1
16	Kris Timothy Kimadha	3	3	4	3	4	4	4	4	2	3	34	3	3	3	2	3	14	0	1	0
17	harvey	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	4	4	4	3	4	19	1	1	1
18	Jesslyn	3	4	3	4	3	3	4	3	4	3	34	4	3	4	3	4	18	1	1	1
19	Gio	3	2	3	2	4	3	4	4	4	2	31	3	4	3	3	4	17	1	1	1
20	Fenny rahmawati	3	4	3	3	4	3	4	4	4	3	35	3	3	3	2	3	14	1	1	1
21	Veryn	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	32	3	4	3	2	4	16	1	1	1
22	Theresa	4	3	4	4	4	3	3	3	4	4	36	4	4	4	2	4	18	1	1	1

Gambar 5.3

Uji Validitas Variabel X1 (*Personal Competences*)

		Correlations										
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10	X1
X1.1	Pearson Correlation	1	.475**	.505**	.455**	.503**	.442**	.439**	.386**	.421**	.430**	.702**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.2	Pearson Correlation	.475**	1	.345**	.451**	.413**	.615**	.402**	.532**	.406**	.331**	.719**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.001	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.3	Pearson Correlation	.505**	.345**	1	.521**	.547**	.418**	.471**	.355**	.442**	.338**	.691**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.001	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.4	Pearson Correlation	.455**	.451**	.521**	1	.546**	.350**	.422**	.372**	.455**	.499**	.709**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.5	Pearson Correlation	.503**	.413**	.547**	.546**	1	.572**	.512**	.412**	.412**	.366**	.736**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.6	Pearson Correlation	.442**	.615**	.418**	.350**	.572**	1	.509**	.401**	.448**	.311**	.723**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.002	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.7	Pearson Correlation	.439**	.402**	.471**	.422**	.512**	.509**	1	.588**	.543**	.445**	.748**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.8	Pearson Correlation	.386**	.532**	.355**	.372**	.412**	.401**	.588**	1	.529**	.388**	.705**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.9	Pearson Correlation	.421**	.406**	.442**	.455**	.412**	.448**	.543**	.529**	1	.451**	.727**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.10	Pearson Correlation	.430**	.331**	.338**	.499**	.366**	.311**	.445**	.388**	.451**	1	.632**
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.001	.000	.000	.002	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1	Pearson Correlation	.702**	.719**	.691**	.709**	.736**	.723**	.748**	.705**	.727**	.632**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Gambar 5.4

Uji Validitas Variabel X2 (*Social Competences*)

Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2
X2.1	Pearson Correlation	1	.465**	1.000**	.403**	.502**	.846**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X2.2	Pearson Correlation	.465**	1	.465**	.504**	.566**	.762**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X2.3	Pearson Correlation	1.000**	.465**	1	.403**	.502**	.846**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X2.4	Pearson Correlation	.403**	.504**	.403**	1	.467**	.721**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X2.5	Pearson Correlation	.502**	.566**	.502**	.467**	1	.768**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100
X2	Pearson Correlation	.846**	.762**	.846**	.721**	.768**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).



Gambar 5.7

Uji reliabilitas Variabel X2 (*Social Competences*)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.845	5

Gambar 5.8

Uji reliabilitas Variabel Y (*Tingkat Pengetahuan*)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.762	15

Gambar 5.9

Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.637	1.422		2.557	.012
	X1	.132	.066	.266	2.004	.048
	X2	.309	.130	.315	2.371	.020

a. Dependent Variable: Y

Gambar 5.10

Uji Simultan (Uji F)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	201.397	2	100.699	20.668	.000 ^b
	Residual	472.603	97	4.872		
	Total	674.000	99			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X2, X1



Gambar 5.11

Uji Parsial (Uji t)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.637	1.422		2.557	.012
	X1	.132	.066	.266	2.004	.048
	X2	.309	.130	.315	2.371	.020

a. Dependent Variable: Y

Gambar 5.12

Uji Determinasi (R²)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.547 ^a	.299	.284	2.207

a. Predictors: (Constant), X2, X1

b. Dependent Variable: Y

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.508 ^a	.258	.251	2.259

a. Predictors: (Constant), X1

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.519 ^a	.270	.262	2.241

a. Predictors: (Constant), X2

Gambar 5.13

Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual	
N		100	
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000	
	Std. Deviation	2.18489501	
Most Extreme Differences	Absolute	.099	
	Positive	.044	
	Negative	-.099	
Test Statistic		.099	
Asymp. Sig. (2-tailed)		.018 ^c	
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.	.240 ^d	
	95% Confidence Interval	Lower Bound	.156
		Upper Bound	.324

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. Based on 100 sampled tables with starting seed 957002199.

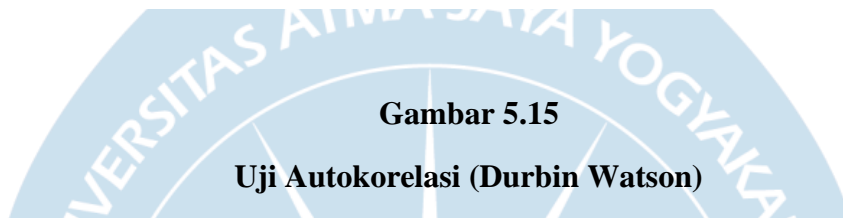
Gambar 5.14

Uji Multikolinearitas (VIF)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	3.637	1.422		2.557	.012		
	X1	.132	.066	.266	2.004	.048	.410	2.440
	X2	.309	.130	.315	2.371	.020	.410	2.440

a. Dependent Variable: Y



Gambar 5.15

Uji Autokorelasi (Durbin Watson)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.547 ^a	.299	.284	2.207	1.664

a. Predictors: (Constant), X2, X1

b. Dependent Variable: Y



Gambar 5.16

Uji Heteroskedastisitas (Uji Glejser)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	4.525	.852		5.310	.000		
	X1	-.058	.040	-.219	-1.459	.148	.410	2.440
	X2	-.065	.078	-.124	-.828	.409	.410	2.440

a. Dependent Variable: ABSRES