

## ANALISIS FAKTOR LATAR BELAKANG PENYEBAR PESAN ATAU INFORMASI MELALUI APLIKASI MEDIA SOSIAL (STUDI KASUS MAHASISWA DI INDONESIA)

Surjandy\*<sup>1</sup>, Meyliana<sup>2</sup>, A.Raharto Condrobimo<sup>3</sup>, Erick Fernando<sup>4</sup>

<sup>1</sup>Program Studi Sistem Informasi Audit, Departemen Sistem Informasi, Universitas Bina Nusantara

<sup>2,3,4</sup>Departemen Sistem Informasi, Universitas Bina Nusantara

Email: <sup>1</sup>surjandy@binus.ac.id, <sup>2</sup>Meyliana@binus.edu, <sup>3</sup>acondrobimo@binus.edu,

<sup>4</sup>Erick.fernando\_88@yahoo.com

\*Penulis Korespondensi

(Naskah masuk: 14 Juni 2019, diterima untuk diterbitkan: 29 Agustus 2019)

### Abstrak

Penggunaan aplikasi media sosial sebagai sarana untuk menyebarkan pesan sangat penting dan dipercaya dapat mempengaruhi penerima pesan untuk membantu menyebarkan kembali pesan yang diterima kepada orang lain, penggunaan aplikasi media sosial untuk keperluan industri seperti untuk iklan atau pemasaran produk. Namun pesan yang tersebar di media sosial sangat rentan sehingga sangat memungkinkan pesan telah dilakukan modifikasi atau perubahan sehingga menjadi pesan yang tidak benar (*hoax/fake news*) yang kemudian disebar luaskan melalui aplikasi media sosial. Dari hal tersebut, pada penelitian ini yang menggunakan *explanatory (causal)* research atau penelitian yang mencari hubungan antar dua faktor. Sebagai sampel responden sebanyak 388, jumlah populasi pengguna terbesar internet di Indonesia saat ini dari mahasiswa sebesar 127,9 juta menurut AJPII, oleh sebab itu penelitian ini mencoba untuk melakukan eksplorasi bagaimana pengaruh latar belakang penyebar pesan dalam hal ini mahasiswa seperti jenis kelamin, umur, tingkat semester, dan waktu yang digunakan menggunakan aplikasi media sosial yang digunakan, apakah mempengaruhi mahasiswa atau mahasiswi dalam melakukan penyebaran informasi/pesan melalui aplikasi media sosial. Aplikasi SPSS digunakan untuk memvalidasi data dan teknik *Correlation Bivariat* digunakan untuk memproses data dalam mencari hubungan antara dua faktor. Dari penelitian ini ditemukan 5 pasangan faktor yang mempunyai hubungan untuk mempengaruhi yang artinya faktor jenis kelamin dan lamanya menggunakan media sosial menjadi faktor penting yang harus menjadi perhatian agar penyebaran pesan yang tidak benar (*hoax/fake news*) dapat diminimalisasi sehingga temuan ini akan sangat bermanfaat untuk penelitian selanjutnya.

**Kata kunci:** Hoax, Fake news, Causal Research, Explanatory Research, SPSS

### **ANALYSIS OF FACTOS BACKGROUND DISSEMINATOR MESSAGES or INFORMATION THROUGH SOCIAL MEDIA APPLICATIONS (case study university student in Indonesia)**

#### Abstract

*The use of social media applications as a means to disseminate messages is very essential and is believed to affect the recipient of the message to help redistribute messages received to other, the use of social media applications for industrial purposes such as advertising or product marketing. However, messages spread on social media are very vulnerable, so it is possible for messages to have been modified or changed so that they become untrue messages (hoaxes) which are then disseminated through social media applications. From this, in this study using explanatory (causal) research or research that seeks relationships between two factors. As the sample 388 respondents of the total population users of the internet in Indonesia students are 127.9 million according to AJPII, therefore this study tries to explore how the influence of the message disseminator background in this case university students such as gender, age, semester level, and time which is used using social media applications that are used, whether it affects university student in disseminating information / messages through social media applications. The SPSS applications is used to validated data and the Bivariate Correlation functions is used to process data in finding relationships between two factors. From this study found 5 pairs of factors that have relationship to influence, it means gender and longtime use media sosial as an essential factor to minimise dissemination of hoax or fake news which of these findings will be very useful for future research.*

**Keywords:** Hoax, Fake News, Causal Research, Explanatory Research, SPSS

## 1. PENDAHULUAN

Aplikasi media sosial saat ini merupakan aplikasi yang sangat penting dalam penyebaran informasi/pesan dan dipercaya dapat mempengaruhi penerima pesan (Chang, Shen dan Liu, 2016). Aplikasi media sosial juga sering digunakan untuk belajar bagi para mahasiswa/i (Surjandy dan Julisar, 2016) (Balakrishnan dan Gan, 2016) (Elnasr *et al.*, 2016) dan pada saat pemilihan presiden Republik Indonesia yang baru selesai dilaksanakan aplikasi media sosial juga digunakan sebagai sarana untuk berkampanye (Chang, Shen dan Liu, 2016) (Rubin *et al.*, 2016), mengirim penawaran promosi produk (Mukkamala *et al.*, 2015) penggunaan aplikasi media sosial di Indonesia tidak serta merta digunakan namun sebuah penelitian yang telah dilakukan menyatakan bahwa penduduk Indonesia yang menggunakan internet di tahun 2018 sebesar 143,26 juta jiwa menurut AJPII (AJPII, 2018) terbesar pengguna internet sebesar 127,9 juta dari kalangan mahasiswa, penggunaan media sosial setiap hari selama 3 jam 23 menit. Sosial media yang digunakan di Indonesia adalah aplikasi YouTube sebesar 43%, Facebook 41%, WhatsApp 40%. Pada penelitian sebelumnya ditemukan juga bahwa secara umum seseorang mempunyai kemauan untuk menyebarkan pesan/informasi (Chow dan Chan, 2008). Namun disisi lainnya pesan yang dikirimkan melalui media sosial sangat rentan mengalami perubahan sehingga pesan yang tersebar sering kali berubah menjadi pesan palsu (*Fake News* atau *Hoax*) (Neubronner, 2017) pada penelitian sebelumnya juga menyebutkan bahwa mahasiswa menjadi salah satu pelaku secara sengaja atau tidak sengaja ikut dalam penyebaran pesan palsu (Chandra, Surjandy dan Ernawaty, 2017) (Koohikamali dan Sidorova, 2017). Sehingga penelitian ini akan mengeksplor bagaimana hubungan latar belakang penyebar pesan pada aplikasi media sosial.

Penelitian ini terpusat pada penggunaan media sosial oleh mahasiswa (AJPII, 2018). Metode penelitian menggunakan metode *causal research* atau *explanatory research* yang sering digunakan untuk penelitian dalam bidang perilaku (behavior research). Pertanyaan penelitian ini adalah bagaimana pengaruh penyebar pesan dengan latar belakang yang dimilikinya?

Beberapa hipotesa dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

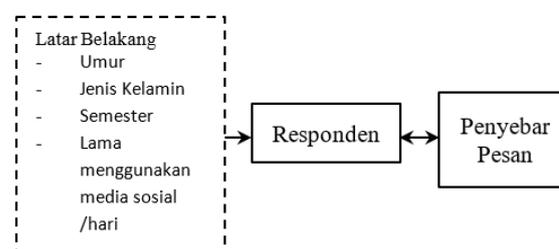
1. Faktor umur mempengaruhi penyebaran informasi/pesan
2. Faktor jenis kelamin mempengaruhi penyebaran informasi/pesan
3. Faktor tingkat semester mempengaruhi penyebaran informasi/pesan
4. Faktor lamanya menggunakan media sosial dalam sehari mempengaruhi penyebaran informasi/pesan

Dimana H<sub>0</sub> menyatakan tidak adanya hubungan dan H<sub>1</sub> menyatakan adanya hubungan dari hipotesa.

Penelitian ini menghasilkan 28 kombinasi hubungan antar faktor latar belakang responden dengan penyebaran informasi/pesan ditemukan 7 hubungan faktor penyebar informasi/pesan dengan latar belakang (jenis kelamin dan lamanya menggunakan media sosial) yang mempunyai hubungan, walaupun tingkat kekuatan hubungannya lemah untuk ke 7 temuan tersebut. Temuan dalam penelitian ini sangat penting untuk penelitian selanjutnya karena 2 faktor yang berpengaruh sangat penting, mengingat penyebaran berita palsu atau *hoax/fake news* memang benar tidak dilakukan oleh semua orang namun dampak dari sebuah berita palsu atau *hoax/fake news* akan sangat merugikan finansial perusahaan bahkan dapat menyebabkan kerugian yang sangat besar lainnya.

## 2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode *Causal Research* atau *Explanatory Research* dimana metode ini digunakan untuk melihat hubungan antar 2 faktor secara langsung dan sering kali digunakan untuk penelitian tentang habit atau kebiasaan (Oppewal, 2010) (Businessdictionary, 2019) (DJS Research Ltd, 2006). Aplikasi yang digunakan untuk memproses data adalah SPSS dengan teknik *Correlation Bivariate* untuk melihat hubungan 2 faktor.



Gambar 1. Model Penelitian

Pembentukan pertanyaan atau *questionnaire* mengacu pada penelitian sebelumnya yang sudah dipublikasikan oleh Mehrdad Koohikarmali dan Anna Sidorova (Koohikamali dan Sidorova, 2017) dan metode pengumpulan data dilakukan dengan cara menyebarkan daftar pertanyaan (*questionnaire*) menggunakan *Google Form* kemudian menyebarkan alamat tautan kepada responden menggunakan aplikasi media sosial seperti Line, WhatsApp. Pengumpulan data hanya terbatas pada mahasiswa atau *Purposive Sampling*. Penentuan jumlah populasi menggunakan informasi yang didapatkan dari media yang menyatakan bahwa jumlah pemilih kaum milenial sekitar berjumlah 60 juta (Chandra, Surjandy dan Ernawaty, 2017) (Chang, Shen dan Liu, 2016), dari data yang didapat untuk menggunakan jumlah sample menggunakan aplikasi *Sample Size Calculator* [6], dan dari hasil perhitungan dari *Sample Size Calculator* dengan tingkat kesalahan sebesar 5% dan tingkat kepercayaan sebesar 95% dan didapatkan hasil sebesar 385 responden sehingga responden

dalam penelitian ini telah mencukupi atau dapat mewakili populasi.

### 3. STUDI LITERATUR

Pada paragraph ini akan membahas tentang definisi yang digunakan yaitu:

#### A. Media Sosial

Media sosial adalah aplikasi yang digunakan untuk berkomunikasi dengan menggunakan kata kata (WhatsApp, Line), gambar (Instagram, Facebook) ataupun video (Youtube). Secara umum media sosial digunakan untuk berkomunikasi atau aktifitas sosial namun dapat juga digunakan untuk hal lainnya seperti belajar (Surjandy dan Julisar, 2016) (Balakrishnan dan Gan, 2016) (Elnasr *et al.*, 2016), promosi (Mukkamala *et al.*, 2015) ataupun kampanye (Chang, Shen dan Liu, 2016) (Rubin *et al.*, 2016).

#### B. Berita palsu (*Fake News/ Hoax*)

Berita palsu adalah sebuah berita yang dengan sengaja dibuat untuk maksud dan tujuan tertentu (menjatuhkan reputasi seseorang, atau merusak reputasi perusahaan, merusak nama produk/*brand image*) dan disebarkan dengan sengaja ataupun tidak disengaja melalui media sosial dan mendapatkan respon dari penerima pesan (Surjandy, Hendra dan Chandra, 2017) (Del Vicario *et al.*, 2016).

#### C. *Causal Reserach/Explanatory Research*

*Causal Research* atau umumnya dikenal dengan *Explanatory Research* adalah sebuah penelitian yang akan mencari hubungan antar 2 faktor atau lebih, dan merupakan metode yang umumnya digunakan untuk penelitian terhadap kebiasaan (*social behavioral research*) (DJS Research Ltd, 2006; Oppewal, 2010; Businessdictionary, 2019).

#### D. SPSS *Correlation Bivariate*

Fungsi tehnik *Correlation Bivariate* pada aplikasi SPSS bermanfaat untuk memetakan hubungan antar 2 faktor, dengan hasil *Pearson Correlation* (Yeager, 2019) (IBM, 2019).

### 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Sebelum dilakukan proses data, ada dua tahapan awal yang harus dilakukan yaitu uji validitas dan reliabilitas data, pada Tabel 1 menggambarkan karakteristik atau latar belakang dari responden.

Tabel 1. Karakteristik Responden

Deskripsi	Total	%
Jenis Kelamin (D1)		
1. Perempuan	230	59.3%
2. Laki Laki	158	40.7%
Umur (D2)		
1. <17 Tahun	6	1.5%
2. 18 – 25 Tahun	380	97.9%
3. > 25 Tahun	2	0.5%
Semester (D3)		
1. Semester 1 atau 2	55	14.4%
2. Semester 3 atau 4	77	19.8%
3. Semester 5 atau 6	126	32.5%
4. > Semester 6	129	33.2%
Lama menggunakan Media sosial /hari		
1. < 3 Jam	62	16.0%
2. 3 – 6 Jam	198	51.0%
3. 6 – 10 Jam	95	24.5%
4. > 10 Jam	33	8.5%

Hasil perhitungan reliabilitas data dapat dilihat dari nilai *Cronbach's Alpha*, dari perhitungan didapatkan 0.725 dan menurut ketentuan bila nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0.7 data dapat digunakan atau konsisten (UCLA, 2019).

Pada Tabel 2 dapat dilihat hasil validasi atas pertanyaan yang digunakan. Validasi pertanyaan dengan menggunakan rumusan nilai dari *Corrected Item-Total Correlation* (CI-TC) harus lebih besar dari Pearson's r Table yaitu 0.1133 dengan error 5% atau tingkat kepercayaan 95% dan dinyatakan bahwa pertanyaan yang digunakan sudah benar.

Tabel 2. Validasi

Deskripsi	CI-TC	Hasil
Waktu yang digunakan bermain media Sosial dalam sehari (D4)	0.225	Benar
Saya menyebarkan informasi/pesan karena berisi konten yang sedang "trending" (P1)	0.462	Benar
Saya menyebarkan informasi/pesan yang sudah saya ketahui (P2)	0.513	Benar
Saya menyebarkan informasi/pesan karena informasi/pesan tersebut penting untuk diketahui orang lain (P3)	0.448	Benar
Saya menyebarkan informasi/pesan karena konten/isinya sesuai dengan minat (P4)	0.566	Benar
Saya menyebarkan informasi/pesan karena konten/isinya sesuai dengan tujuan (P5)	0.627	Benar
Saya menyebarkan informasi/pesan untuk mendapatkan keuntungan (P6)	0.270	Benar

Setelah data dinyatakan benar dan konsisten maka data akan diproses menggunakan tehnik *Correlation Bivariate* dari SPSS, dimana fungsi ini akan memberikan gambaran apakah adanya hubungan antara 2 faktor (IBM, 2019), hasil perhitungan dapat dilihat pada Tabel 3.

Pada tabel 3 ditemukan adanya beberapa faktor yang mempunyai hubungan atau *correlation* pada bagian atas tabel D1, D2, D3, D4 merupakan hubungan antar background dari mahasiswa dimana hubungan ini tidak dibahas dikarenakan bukan hubungan ini yang menjadi fokus dari penelitian ini, tetapi hubungan antar latar belakang mahasiswa dengan perilaku penyebaran pesan.

Bagian yang dibahas pada penelitian ini adalah hubungan antara latar belakang mahasiswa dan perilaku penyebaran pesan D1 dengan P1 sampai dengan P5, D2 dengan P1 sampai dengan P5, D3 dengan P1 sampai dengan P5 dan D4 dengan P1 sampai dengan P5 yang dapat Tabel 4.

Penjelasan untuk Tabel 4 adalah sebagai berikut:

Hubungan antara D1 (jenis kelamin) dengan P1 (saya menyebarkan informasi/pesan karena informasi/pesan sedang *trending*) tidak ditemukan adanya hubungan karena nilai indikator *Pearson Correlation* sebesar 0.553 atau lebih besar dari 0.05. Artinya pada penyebaran informasi/pesan karena informasi/pesan sedang *trending* tidak dipengaruhi oleh faktor jenis kelamin.

Hubungan antara D1 (jenis kelamin) dengan P2 (saya menyebarkan informasi/pesan yang sudah saya ketahui) tidak ditemukan adanya hubungan karena nilai indikator dari *Pearson Correlation* sebesar 0.972 atau lebih besar dari 0.05. Artinya bahwa penyebaran

informasi/pesan yang penyebar ketahui tidak dipengaruhi oleh faktor jenis kelamin.

Tabel 3. Hasil perhitungan Correlation Bivariate

	D1	D2	D3	D4
D1				-0.129* 0.011
D2			0.179** 0.000	
D3				
D4				
P1				0.224** 0.000
P2				0.189** 0.000
P3				0.105* 0.039
P4	0.108* 0.033			0.146** 0.004
P5				0.145** 0.004
P6	0.115* 0.024			

Tabel 4. Nilai Pearson Sign, Hasil Hipotesa dan Tingkat Hubungan

Hubungan	Sig	H0	H1	Hasil	Pearson r	r  <sup>2</sup>	r  <sup>2</sup> %	Tingkat Hubungan
D1 * P1	0.553	Terima	Tolak	Tidak ada Hubungan				
D1 * P2	0.972	Terima	Tolak	Tidak ada Hubungan				
D1 * P3	0.272	Terima	Tolak	Tidak ada Hubungan				
<b>D1 * P4</b>	<b>0.033</b>	<b>Tolak</b>	<b>Terima</b>	<b>Ada Hubungan</b>	0.108	0.012	1,2%	Lemah
D1 * P5	0.223	Terima	Tolak	Tidak Ada Hubungan				
<b>D1 * P6</b>	<b>0.024</b>	<b>Tolak</b>	<b>Terima</b>	<b>Ada Hubungan</b>	0.115	0.013	1,3%	Lemah
D2 * P1	0.143	Terima	Tolak	Tidak Ada Hubungan				
D2 * P2	0.938	Terima	Tolak	Tidak Ada Hubungan				
D2 * P3	0.864	Terima	Tolak	Tidak Ada Hubungan				
D2 * P4	0.458	Terima	Tolak	Tidak Ada Hubungan				
D2 * P5	0.548	Terima	Tolak	Tidak Ada Hubungan				
D2 * P6	0.264	Terima	Tolak	Tidak Ada Hubungan				
D3 * P1	0.734	Terima	Tolak	Tidak Ada Hubungan				
D3 * P2	0.687	Terima	Tolak	Tidak Ada Hubungan				
D3 * P3	0.516	Terima	Tolak	Tidak Ada Hubungan				
D3 * P4	0.855	Terima	Tolak	Tidak Ada Hubungan				
D3 * P5	0.601	Terima	Tolak	Tidak Ada Hubungan				
D3 * P6	0.665	Terima	Tolak	Tidak Ada Hubungan				
<b>D4 * P1</b>	<b>0.000</b>	<b>Tolak</b>	<b>Terima</b>	<b>Ada Hubungan</b>	0.224	0.050	5%	Lemah
<b>D4 * P2</b>	<b>0.000</b>	<b>Tolak</b>	<b>Terima</b>	<b>Ada Hubungan</b>	0.189	0.036	3,6%	Lemah
<b>D4 * P3</b>	<b>0.039</b>	<b>Tolak</b>	<b>Terima</b>	<b>Ada Hubungan</b>	0.105	0.011	1,1%	Lemah
<b>D4 * P4</b>	<b>0.004</b>	<b>Tolak</b>	<b>Terima</b>	<b>Ada Hubungan</b>	0.146	0.021	2,1%	Lemah
<b>D4 * P5</b>	<b>0.004</b>	<b>Tolak</b>	<b>Terima</b>	<b>Ada Hubungan</b>	0.145	0.021	2,1%	Lemah
D4 * P6	0.117	Terima	Tolak	Tidak Ada Hubungan				

Hubungan antara D1 (jenis kelamin) dengan P3 (Saya menyebarkan informasi/pesan karena informasi/pesan tersebut penting untuk diketahui orang lain) tidak ditemukan adanya hubungan karena nilai indikator dari *Pearson Correlation* sebesar 0.272 atau lebih besar dari 0.05. Artinya penyebaran informasi/pesan karena informasi/pesan tersebut penting untuk diketahui orang lain tidak dipengaruhi oleh faktor jenis kelamin.

Hubungan antara D1 (jenis kelamin) dengan P4 (Saya menyebarkan informasi/pesan karena konten/isinya sesuai dengan minat) ditemukan adanya hubungan karena nilai indikator *Pearson Correlation* sebesar 0.033 atau lebih kecil dari 0.05. Artinya pada penyebaran informasi/pesan karena

konten/isi dari informasi/pesan dipengaruhi oleh faktor jenis kelamin dan untuk mengetahui seberapa kuat pengaruhnya dapat dilihat pada Tabel 5 Kekuatan Hubungan.

Hubungan antara D1 (jenis kelamin) dengan P5 (Saya menyebarkan informasi/pesan karena konten/isinya sesuai dengan tujuan) tidak ditemukan adanya hubungan karena nilai indikator dari *Pearson Correlation* sebesar 0.223 atau lebih besar dari 0.05. Artinya bahwa penyebaran informasi/pesan karena konten/isinya sesuai dengan tujuan, tidak dipengaruhi oleh faktor jenis kelamin.

Hubungan antara D1 (jenis kelamin) dengan P6 (Saya menyebarkan informasi/pesan untuk mendapatkan keuntungan) ditemukan adanya

hubungan karena nilai indikator *Pearson Correlation* sebesar 0.024 atau lebih kecil dari 0.05. Artinya pada penyebaran informasi/pesan untuk mendapatkan keuntungan terjadi dan dipengaruhi oleh faktor jenis kelamin dan untuk mengetahui seberapa kuat pengaruhnya dapat dilihat pada Tabel 5. Kekuatan Hubungan.

Hubungan antara D2 (umur) dengan P1 (saya menyebarkan informasi/pesan karena informasi/pesan sedang *trending*) tidak ditemukan adanya hubungan karena nilai indikator dari *Peason Correlation* sebesar 0.143 atau lebih besar dari 0.05. Artinya bahwa penyebaran informasi/pesan karena informasi/pesna sedang *trending* tidak dipengaruhi faktor umur.

Hubungan antara D2 (umur) dengan P2 (saya menyebarkan informasi/pesan yang sudah saya ketahui) tidak ditemukan adanya hubungan karena nilai indikator dari *Peason Correlation* sebesar 0.938 atau lebih besar dari 0.05. Artinya bahwa penyebaran informasi/pesan yang penyebar ketahui tidak dipengaruhi oleh faktor umur.

Hubungan antara D2 (umur) dengan P3 (Saya menyebarkan informasi/pesan karena informasi/pesan tersebut penting untuk diketahui orang lain) tidak ditemukan adanya hubungan karena nilai indikator dari *Pearson Correlation* sebesar 0.864 atau lebih besar dari 0.05. Artinya penyebaran informasi/pesan karena informasi/pesan tersebut penting untuk diketahui orang lain tidak dipengaruhi oleh faktor umur.

Hubungan antara D2 (umur) dengan P4 (Saya menyebarkan informasi/pesan karena konten/isinya sesuai dengan minat) ditemukan adanya hubungan karena nilai indikator *Pearson Correlation* sebesar 0.458 atau lebih besar dari 0.05. Artinya pada penyebaran informasi/pesan karena konten/isi dari informasi/pesan tidak dipengaruhi oleh faktor umur.

Hubungan antara D2 (umur) dengan P5 (Saya menyebarkan informasi/pesan karena konten/isinya sesuai dengan tujuan) tidak ditemukan adanya hubungan karena nilai indikator dari *Peason Correlation* sebesar 0.548 atau lebih besar dari 0.05. Artinya bahwa penyebaran informasi/pesan karena konten/isinya sesuai dengan tujuan, tidak dipengaruhi oleh faktor umur.

Hubungan antara D2 (umur) dengan P6 (Saya menyebarkan informasi/pesan untuk mendapatkan keuntungan) ditemukan adanya hubungan karena nilai indikator *Pearson Correlation* sebesar 0.264 atau lebih besar dari 0.05. Artinya pada penyebaran informasi/pesan untuk mendapatkan keuntungan terjadi dan tidak dipengaruhi oleh faktor umur.

Hubungan antara D3 (tingkatan semester) dengan P1 (saya menyebarkan informasi/pesan karena informasi/pesan sedang *trending*) tidak ditemukan adanya hubungan karena nilai indikator dari *Peason Correlation* sebesar 0.734 atau lebih besar dari 0.05. Artinya bahwa penyebaran informasi/pesan karena

informasi/pesna sedang *trending* tidak dipengaruhi faktor tingkatan semester.

Hubungan antara D3 (tingkatan semester) dengan P2 (saya menyebarkan informasi/pesan yang sudah saya ketahui) tidak ditemukan adanya hubungan karena nilai indikator dari *Peason Correlation* sebesar 0.687 atau lebih besar dari 0.05. Artinya bahwa penyebaran informasi/pesan yang penyebar ketahui tidak dipengaruhi oleh faktor tingkatan semester.

Hubungan antara D3 (tingkatan semester) dengan P3 (Saya menyebarkan informasi/pesan karena informasi/pesan tersebut penting untuk diketahui orang lain) tidak ditemukan adanya hubungan karena nilai indikator dari *Pearson Correlation* sebesar 0.561 atau lebih besar dari 0.05. Artinya penyebaran informasi/pesan karena informasi/pesan tersebut penting untuk diketahui orang lain tidak dipengaruhi oleh faktor tingkatan semester.

Hubungan antara D3 (tingkatan semester) dengan P4 (Saya menyebarkan informasi/pesan karena konten/isinya sesuai dengan minat) ditemukan adanya hubungan karena nilai indikator *Pearson Correlation* sebesar 0.855 atau lebih besar dari 0.05. Artinya pada penyebaran informasi/pesan karena konten/isi dari informasi/pesan tidak dipengaruhi oleh faktor tingkatan semester.

Hubungan antara D3 (tingkatan semester) dengan P5 (Saya menyebarkan informasi/pesan karena konten/isinya sesuai dengan tujuan) tidak ditemukan adanya hubungan karena nilai indikator dari *Peason Correlation* sebesar 0.601 atau lebih besar dari 0.05. Artinya bahwa penyebaran informasi/pesan karena konten/isinya sesuai dengan tujuan, tidak dipengaruhi oleh faktor tingkatan semester.

Hubungan antara D3 (tingkatan semester) dengan P6 (Saya menyebarkan informasi/pesan untuk mendapatkan keuntungan) ditemukan adanya hubungan karena nilai indikator *Pearson Correlation* sebesar 0.665 atau lebih besar dari 0.05. Artinya pada penyebaran informasi/pesan untuk mendapatkan keuntungan terjadi dan tidak dipengaruhi oleh faktor tingkatan semester.

Hubungan antara D4 (lamanya menggunakan media sosial dalam sehari) dengan P1 (saya menyebarkan informasi/pesan karena informasi/pesan sedang *trending*) ditemukan adanya hubungan karena nilai indikator dari *Peason Correlation* sebesar 0.000 atau lebih kecil dari 0.05. Artinya bahwa penyebaran informasi/pesan karena informasi/pesan sedang *trending* dipengaruhi oleh faktor lamanya menggunakan media sosial dalam sehari dan untuk mengetahui seberapa kuat pengaruh hubungannya dapat dilihat pada Tabel 5. Kekuatan Hubungan.

Hubungan antara D4 (lamanya menggunakan media sosial dalam sehari) dengan P2 (saya menyebarkan informasi/pesan yang sudah saya ketahui) ditemukan adanya hubungan karena nilai indikator dari *Peason Correlation* sebesar 0.000 atau

lebih kecil dari 0.05. Artinya bahwa penyebaran informasi/pesan yang penyebar ketahu dipengaruhi oleh faktor lamanya menggunakan media sosial dalam sehari dan untuk mengetahui seberapa kuat pengaruh hubungannya dapat dilihat pada Tabel 5. Kekuatan Hubungan.

Hubungan antara D4 (lamanya menggunakan media sosial dalam sehari) dengan P3 (Saya menyebarkan informasi/pesan karena informasi/pesan tersebut penting untuk diketahui orang lain) ditemukan adanya hubungan karena nilai indikator dari *Pearson Correlation* sebesar 0.039 atau lebih kecil dari 0.05. Artinya penyebaran informasi/pesan karena informasi/pesan tersebut penting untuk diketahui orang lain dipengaruhi oleh faktor lamanya menggunakan media sosial dalam sehari dan untuk mengetahui seberapa kuat pengaruh hubungannya dapat dilihat pada Tabel 5. Kekuatan Hubungan.

Hubungan antara D4 (lamanya menggunakan media sosial dalam sehari) dengan P4 (Saya menyebarkan informasi/pesan karena konten/isinya sesuai dengan minat) ditemukan adanya hubungan karena nilai indikator *Pearson Correlation* sebesar 0.004 atau lebih kecil dari 0.05. Artinya pada penyebaran informasi/pesan karena konten/isi dari informasi/pesan dipengaruhi oleh faktor lamanya menggunakan media sosial dalam sehari dan untuk mengetahui seberapa kuat pengaruh hubungan dapat dilihat pada Tabel 5. Kekuatan Hubungan.

Hubungan antara D4 (lamanya menggunakan media sosial dalam sehari) dengan P5 (Saya menyebarkan informasi/pesan karena konten/isinya sesuai dengan tujuan) ditemukan adanya hubungan karena nilai indikator dari *Peason Correlation* sebesar 0.004 atau lebih kecil dari 0.05. Artinya bahwa penyebaran informasi/pesan karena konten/isinya sesuai dengan tujuan, dipengaruhi oleh faktor lamanya menggunakan media sosial dalam sehari.

Hubungan antara D4 (lamanya menggunakan media sosial dalam sehari) dengan P6 (Saya menyebarkan informasi/pesan untuk mendapatkan keuntungan) ditemukan tidak adanya hubungan, karena nilai indikator *Pearson Correlation* lebih besar dari 0.05. Artinya pada penyebaran informasi/pesan untuk mendapatkan keuntungan terjadi dan tidak dipengaruhi oleh faktor lamanya menggunakan media sosial dalam sehari.

Pada Tabel 4. terdapat juga tentang kekuatan hubungan, kekuatan hubungan didapatkan dari hasil nilai *Pearson Correlation* dimana nilai kuadrat dari *Pearson Correlation* akan menggambarkan seberapa besar pengaruh sebuah faktor terhadap faktor lainnya (Yeager, 2019) dan untuk lebih lengkap sebagai berikut:

Faktor D1 (jenis kelamin) mempunyai pengaruh yang lemah atau sebesar 1.2% mempengaruhi faktor (P4) menyebarkan informasi/pesan karena konten/isinya sesuai dengan minat.

Faktor D1 (jenis kelamin) mempunyai pengaruh yang lemah atau sebesar 1.3% mempengaruhi faktor (P6) menyebarkan informasi/pesan untuk mendapatkan keuntungan.

Faktor D4 (lamanya menggunakan media sosial dalam sehari) mempunyai pengaruh yang lemah atau sebesar 5% mempengaruhi faktor (P1) menyebarkan informasi/pesan karena informasi/pesan sedang *trending*.

Faktor D4 (lamanya menggunakan media sosial dalam sehari) mempunyai pengaruh yang lemah atau sebesar 3.6% mempengaruhi faktor (P2) penyebaran informasi/pesan yang sudah diketahui.

Faktor D4 (lamanya menggunakan media sosial dalam sehari) mempunyai pengaruh yang lemah atau sebesar 1.1% mempengaruhi faktor (P3) menyebarkan informasi/pesan karena informasi/pesan penting untuk diketahui oleh orang lain.

Faktor D4 (lamanya menggunakan media sosial dalam sehari) mempunyai pengaruh yang lemah atau sebesar 2.1% mempengaruhi faktor (P4) penyebaran informasi/pesan karena konten/isinya sesuai dengan minat.

Faktor D4 (lamanya menggunakan media sosial dalam sehari) mempunyai pengaruh yang lemah atau sebesar 2.1% mempengaruhi faktor (P5) menyebarkan informasi/pesan karena konten/isinya sesuai dengan tujuan.

## 5. KESIMPULAN

Hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa penyebaran informasi/pesan ditemukan beberapa faktor yang mempengaruhi penyebaran informasi/berita seperti faktor jenis kelamin dan lamanya menggunakan media sosial dalam sehari. Namun penyebaran informasi/pesan yang palsu/hoax hanya oleh seseorang dapat mengakibatkan dampak yang sangat luas oleh sebab itu, dari penelitian ini ditemukan bahwa perlu adanya program sosialisasi untuk pencegahan penyebaran informasi/pesan agar penyebar dapat lebih berhati-hati dan memahami dampak yang dapat ditimbulkan.

Penelitian ini juga memperkuat penelitian sebelumnya yang menyebutkan bahwa mahasiswa atau mahasiswi ada kecenderungan menyebarkan berita palsu atau *Hoax/Fakenews* walaupun kecil.

Hasil penelitian ini masih terbatas dari sisi responden dan terfokus untuk penyebaran pesan/informasi. Perlu adanya penelitian lanjutan dengan model seperti TAM, UTAUT dan melihat dampak penyebaran bila faktor faktor tersebut tergabung dalam sebuah model penelitian.

## DAFTAR PUSTAKA

- APJII.2018. BULETIN APJII EDISI 23 April 2018.pdf, pp. 1-7.  
BALAKRISHNAN, V. and GAN, C. L. 2016 Students Learning Styles And Their Effects

- On The Use Of Social Media Technology For Learning. *Telematics and Informatics*. Elsevier Ltd, 33(3), pp. 808–821. doi: 10.1016/j.tele.2015.12.004.
- BUSINESSDICTIONARY. 2019. *What is causal research? definition and meaning - BusinessDictionary.com*, *businessdictionary.com*. Available at: <http://www.businessdictionary.com/definition/causal-research.html> (Accessed: 25 March 2019).
- CHANDRA, Y. U., SURJANDY and ERNAWATY. 2017. Higher education student behaviors in spreading fake news on social media: A case of LINE group', in *2017 International Conference on Information Management and Technology (ICIMTech)*. IEEE, pp. 54–59. doi: 10.1109/ICIMTech.2017.8273511.
- CHANG, S. E., SHEN, W. and LIU, A. Y. 2016. Why Mobile Users Trust Smartphone Social Networking Services? A PLS-SEM Approach. *Journal of Business Research*. Elsevier Inc. doi: 10.1016/j.jbusres.2016.04.048.
- CHOW, W. S. and CHAN, L. S. 2008. Social network, social trust and shared goals in organizational knowledge sharing. *Information and Management*, 45(7), pp. 458–465. doi: 10.1016/j.im.2008.06.007.
- DJS RESEARCH Ltd. 2006. *What is Causal Research?* Available at: <http://www.marketresearchworld.net/content/view/full/799/64/> (Accessed: 25 March 2019).
- ELNASR, A. *et al.* 2016. Computers in Human Behavior To use or not to use? Social media in higher education in developing countries. *Computers in Human Behavior*. Elsevier Ltd, 58, pp. 296–305. doi: 10.1016/j.chb.2016.01.002.
- IBM. 2019. *Bivariate Correlations*, *www.ibm.com*. Available at: [https://www.ibm.com/support/knowledgecenter/en/SSLVMB\\_23.0.0/spss/base/idh\\_corr.html](https://www.ibm.com/support/knowledgecenter/en/SSLVMB_23.0.0/spss/base/idh_corr.html) (Accessed: 12 June 2019).
- KOOHIKAMALI, M. and SIDOROVA, A. 2017. Information Re-Sharing On Social Network Sites In The Age Of Fake News. *Informing Science*, 20, pp. 215–235. doi: 10.28945/3871.
- MUKKAMALA, R. R. *et al.* 2015. Detecting Corporate Social Media Crises on Facebook Using Social Set Analysis. *Proceedings - 2015 IEEE International Congress on Big Data, BigData Congress 2015*, pp. 745–748. doi: 10.1109/BigDataCongress.2015.123.
- NEUBRONNER, B. S. 2017. Social Media and “Fake News. Impact on Social Cohesion in Singapore”, *RSIS COMMENTARY*, (043).
- OPPEWAL, H. 2010. Causal Research', in *Wiley International Encyclopedia of Marketing*. Chichester, UK: John Wiley & Sons, Ltd. doi: 10.1002/9781444316568.wiem02001.
- RUBIN, V. L. *et al.* 2016. Fake News or Truth? Using Satirical Cues to Detect Potentially Misleading News. (April), pp. 7–17. doi: 10.18653/v1/W16-0802.
- SURJANDY, HENDRA, A. and CHANDRA, Y. U. 2017. The Smartphone for Disseminating of Fake News by the University Students Game Player. *International Conference on Information Management and Technology (ICIMTech)*. IEEE, pp. 14–18. doi: 10.1109/ICIMTech.2016.7930316.
- SURJANDY and JULISAR. 2016. Is Social Media Used as Social Activities or Academic Activities. *International Conference on Information Management and Technology (ICIMTech)*, pp. 130–134.
- UCLA. 2019. *What does Cronbach's alpha mean?*, *stats.idre.ucla.edu*. Available at: <https://stats.idre.ucla.edu/spss/faq/what-does-cronbachs-alpha-mean/> (Accessed: 12 June 2019).
- DEL VICARIO, M. *et al.* 2016. The spreading of misinformation online. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, p. 201517441. doi: 10.1073/pnas.1517441113.
- YEAGER, K. 2019. *LibGuides: SPSS Tutorials: Pearson Correlation*, *kent.edu*. Available at: <https://libguides.library.kent.edu/SPSS/PearsonCorr> (Accessed: 21 February 2019).

*Halaman ini sengaja dikosongkan*