

FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENYEBARAN BERITA PALSU: STUDI KASUS KOTA BATAM

Agus Yanto¹, Eric², Jerry³, Daniel Prisman⁴, Dimas Firmansyah Nasution⁵.

^{1,2,3,4,5} Universitas Internasional Batam

Abstract

With the development of today's technology, information will quickly spread. Because of this, false information easily reaches the public. People who get false information often share it again without knowing that the information is fake. Therefore, this study aims to determine the level of trust of WhatsApp users in false information among the people of Batam. This quantitative research was conducted by distributing online questionnaires and as many as 326 respondents were involved in this study. The method used in this research is the regression method with the help of SPSS software. This study concludes that most people do not seem to care about the truth of the information being spread and will immediately share the information because they think the information is important for others.

Keywords

(Hoax, Digital Activism, Social Media, WhatsApp)

Correspondence Contact

agusyanto2113@gmail.com

PENDAHULUAN

Sosial media merupakan platform yang sangat efektif untuk melakukan aktifitas penyebaran informasi kepada semua orang. Karena hanya dengan menggunakan sosial media kita bisa mengetik atau menulis apa saja yang kita inginkan dan kemudian membagikan informasi tersebut tanpa harus pergi langsung ke orang-orang atau bisa dibidang membagikan informasi secara fisik (Rahmadhany et al., 2021). Namun ironisnya penyebaran informasi di sosial media banyak yang mengandung informasi hoax atau bisa disebut false information. Berita palsu atau hoax adalah berita yang sengaja dibuat oleh seseorang atau kelompok kemudian disebarkan karna mereka ingin mendapatkan tujuan tertentu, seperti membuat suatu kelompok panik, mencemar nama baik seseorang, dan lain lain (Koto, 2021).

Berkat munculnya jejaring sosial, aplikasi perpesanan, dan kecepatan berbagi informasi kini informasi palsu atau hoax telah memperoleh potensi besar untuk cepat disebarluaskan. Melalui alat komunikasi atau media sosial yang saat ini banyak digunakan di dunia misalnya WhatsApp. Whatsapp diciptakan pada tahun 2009 dan saat ini menjadi alat komunikasi paling populer di negara-negara seperti Brazil, India, Meksiko dan negara-negara lainnya (Pinheiro et al., 2020). Di seluruh dunia, sekitar 1,5 miliar orang menggunakan WhatsApp di 180 negara berbeda dan nyatanya masih banyak orang yang termakan informasi hoax. Seperti pada kasus yang terjadi di Indonesia pada tahun 2021 yang lalu, seorang ayah dari laki-laki dewasa meninggal setelah percaya berita hoax yang ia dapatkan dari grup social media seperti Facebook, Instagram, Whatsapp dan juga Twitter. Dimana isi dari hoax-nya adalah bahwa covid itu tidak nyata, vaksin yang mengandung minyak babi dan masih banyak lagi. Dan ketika ia terpapar covid-19 ia tidak percaya dan akhirnya meninggal dunia (Hasibuan, 2021).

Informasi hoax dapat mudah menyebar jika penggunaan aplikasinya juga mudah digunakan. Disebabkan mudahnya akses dalam media WhatsApp maka hal tersebut memungkinkan banyaknya pengguna untuk bertukar informasi yang sesuai dengan mereka secara individu atau kelompok. Rasa kepedulian yang tinggi terhadap orang-orang disekitar kita membuat kita cepat menyebarkan yang menurut kita penting untuk diketahui orang-orang yang kita

sayangi, hal itu yang membuat penyebaran berita hoax sangat cepat tersebar melalui Whatsapp, aplikasi ini dianggap oleh para ahli sebagai pengganda berita palsu terbesar di lingkungan digital pribadi dengan indeks interaktivitas tinggi (Juditha, 2018). Dalam beberapa waktu belakangan ini topik informasi hoax mengenai kesehatan khususnya tentang Covid-19 banyak menyebar di kalangan masyarakat (Arianto, 2021; Naqiah & Deli, 2020).

Pandemi Covid-19 memiliki dampak yang sangat besar pada semua sektor kehidupan. Penyebaran informasi mengenai Covid-19 di media sosial kini juga sangat penting karena informasi yang tersebar dapat mengubah cara pandang masyarakat, termasuk mempengaruhi cara pemerintah melakukan kebijakan masyarakat (Yustitia & Asharianto, 2020). Menganalisa Whatsapp sebagai sarana utama penyebaran berita bohong terkait virus Corona, frekuensi pemalsuan konten lebih tinggi dibandingkan jejaring sosial lain, seperti Twitter, yang mencapai 14,1% sedangkan WhatsApp mencapai 24,7% penyebaran berita bohong, sebagian besar melalui tekstual pesan karena bersifat umum dan mudah dimanipulasi (Pinheiro et al., 2020). Berbagi berita palsu bisa sangat berbahaya bagi kesehatan. Contoh dampak negatif dari fenomena ini adalah pertumbuhan gerakan anti-vaksinasi di seluruh dunia yang dapat menyebabkan dampak buruk bagi masyarakat luas. Dengan lemahnya cakupan populasi vaksinasi maka hal tersebut menyebabkan kebangkitan penyakit menular yang sebelumnya telah dikendalikan oleh imunisasi (Estalansa, 2022).

Kesimpulannya yaitu bahwa tingkat penyebaran informasi palsu atau hoax sangat signifikan pada media sosial Whatsapp dan tingkat Pendidikan masyarakat juga berpengaruh. Tingkat Pendidikan yang rendah dalam masyarakat sangat mempengaruhi luasnya penyebaran informasi palsu dan anggota keluarga memiliki frekuensi yang lebih tinggi untuk menyebarkan berita tersebut (Pinheiro et al., 2020). Adapun jenis konten informasi palsu, konten palsu dan konteks palsu yang belakangan ini sedang menonjol sebagai topik yang paling banyak dibagikan ialah mengenai topik kesehatan khususnya tentang kasus Covid-19. Dampak negatif dari fenomena ini adalah tumbuhnya gerakan anti-vaksinasi di seluruh dunia yang dapat menyebabkan dampak buruk bagi masyarakat luas. Penelitian ini akan dilakukan secara kuantitatif yang bertujuan untuk mengetahui faktor faktor apa saja yang mempengaruhi penyebaran berita palsu atau hoax di kalangan masyarakat Batam. Kemudian kami akan menganalisis dan mengolah data melalui google form yang sudah disebar.

KAJIAN TEORITIK

Penelitian ini dilakukan berdasarkan hasil dari penelitian Apuke & Omar (2021). Penelitian ini berfokus pada motivasi penyebaran berita palsu selama pandemi COVID-19 menggunakan teori uses and gratification (UGT). Tujuan dari penelitian secara khusus yaitu studi ini mengembangkan model prediksi yang menetapkan faktor motivasi pengguna yang memprediksi penyebaran berita palsu tentang COVID-19 di sosial media. Penelitian tersebut dilakukan dengan menggunakan pendekatan kualitatif dan penelitian berbasis kelas pada 152 pengguna Facebook dan WhatsApp di Nigeria. Hasil dari uji post-test menunjukkan bahwa sikap atau naluri seseorang, berbagi berita instan, sosialisasi, dan promosi diri diprediksi memberikan berita palsu terkait pandemi COVID-19 di antara pengguna media sosial di Nigeria.

Penelitian lainnya oleh Kertanegara et al (2020). Fokus pada penelitian ini adalah mengenai pengaruh sosial media terhadap penyebaran berita palsu atau hoax pada kalangan generasi Z yang mana data-data diambil dari siswa Sekolah Menengah Atas Negeri 4 Depok. Tujuan dari penelitian ini mencari pengaruh tingkat ketinggian penyebaran hoax akibat sosial media yang terjadi pada siswa SMAN 4 Depok. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan

pendekatan kuantitatif dengan cara membagikan kuesioner dan ada 67 siswa yang terlibat dalam penelitian ini. Hasil dari penelitian ini adalah sosial media secara signifikan berpengaruh terhadap perilaku penyebaran berita palsu atau hoax pada kalangan generasi Z.

Penelitian lain oleh Anugera & Putra (2021) juga berfokus dalam keefektifan sosial media instagram @jabarsaberhoaks terhadap kepuasan akan informasi hoaks yang didapatkan oleh para followersnya di Jawa Barat. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengukur keefektifitas penggunaan akun sosial media Instagram @jabarsaberhoaks terhadap pemenuhan kebutuhan informasi akan fakta-fakta hoaks pada followersnya yang berada di Jawa Barat. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jumlah data sebanyak 385 responden. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa penggunaan akun sosial media Instagram @jabarsaberhoaks sangat efektif terhadap pemenuhan kebutuhan informasi akan fakta-fakta hoaks pada followersnya yang berada di Jawa Barat.

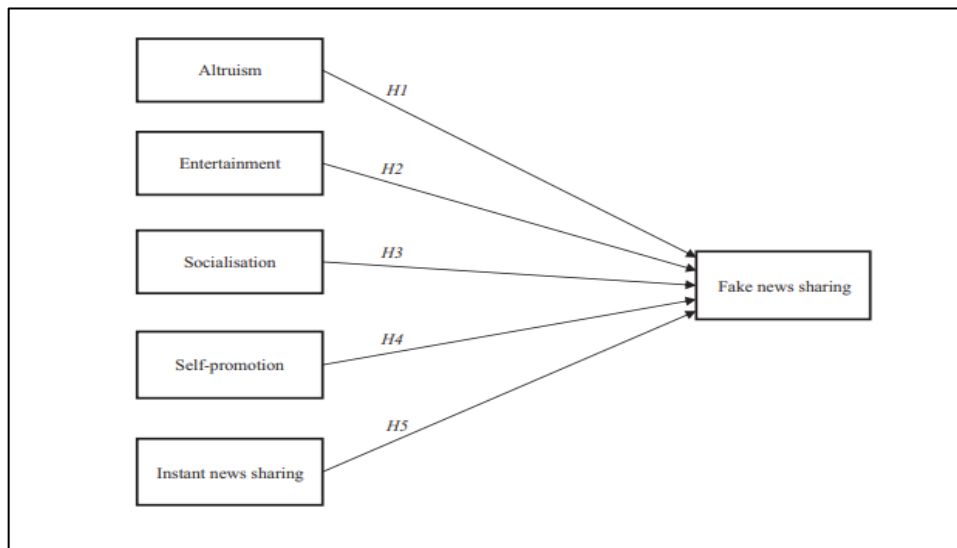
Penelitian lain oleh Herlina & Husada (2019) berfokus dalam meneliti mengenai akibat dari berita palsu dan juga cybercrime terhadap kecemasan para remaja di media sosial atau media online. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendapatkan dan juga sekaligus menjawab tentang berita palsu dan juga cybercrime terhadap kecemasan para remaja di media online. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan sampel data yang berjumlahkan sebanyak 108 responden yaitu dari siswa dan siswi SMK Tunas Grafika Informatika Petungkang Selatan. Hasil penelitian ini adalah didaparkannya fakta bahwa cybercrime tidak terjadi begitu banyak karna adanya literasi dan juga pembimbinga terhadap remaja dalam menggunakan sosial media.

Penelitian ini berfokus kepada penganalisisan penyebaran berita palsu melalui sosial media berupa whatsapp. Ide penyebaran berita palsu melalui sosial media berupa whatsapp sesuai dengan penelitian penelitian (Apuke & Omar, 2021). Penggunaan pendekatan kuantitatif pada sebuah kelas responden tertentu sesuai dengan (Anugera & Putra, 2021; Herlina & Husada, 2019; Kertanegara et al.,2020). Tujuan penelitian ini hampir sama juga dengan penelitian (Anugera & Putra, 2021) dimana secara garis besar tujuan penelitian tersebut adalah untuk mengetahui tingkat kepercayaan pengguna atas sosial media yang digunakan sebagai media penyebaran informasi. Yang membedakan tujuan penelitian ini dengan penelitian lain adalah penelitian ini berpusat pada pengguna di Batam. Tidak hanya itu tetapi penelitian ini juga menganalisa faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi tingkat kepercayaan pengguna atas informasi yang disebarakan pada sosial media. Penelitian ini juga memiliki cakupan responden yang besar, tidak hanya kalangan remaja atau siswa tetapi dimulai dari remaja sampai dengan orang tua.

METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan menggunakan model penelitian yang telah dilakukan pada jurnal "*User Motivation in Fake News Sharing during The COVID-19 Pandemic: An Application of The Uses and Gratification Theory*" oleh (Apuke & Omar, 2021). Model tersebut memiliki lima variabel independen yaitu *Altruism, Entertainment, Socialisation, Self-promotion* dan juga *Instant News Sharing*. Penelitian ini dilakukan berdasarkan pengumpulan data dari sampel melalui *Google Form* yang ditargetkan kepada masyarakat Batam dengan menggunakan *sampling method Stratified Disproportional Random Sampling* dengan sample sekitar 326 orang, yang mana dimulai dari kisaran umur 18 - 40 tahun.

Gambar 1. Model Penelitian



Sumber: (Apuke & Omar, 2021)

Hipotesis dari penelitian yang dilakukan adalah sebagai berikut:

- H1. *Altruism* berpengaruh dalam *Fake News Sharing* dikalangan masyarakat Batam.
- H2. *Entertainment* berpengaruh dalam *Fake News Sharing* dikalangan masyarakat Batam.
- H3. *Socialisation* berpengaruh dalam *Fake News Sharing* dikalangan masyarakat Batam.
- H4. *Self-promotion* berpengaruh dalam *Fake News Sharing* dikalangan masyarakat Batam.
- H5. *Instant News Sharing* berpengaruh dalam *Fake News Sharing* dikalangan masyarakat Batam.

Definisi operasional variabel yang digunakan untuk mengembangkan instrument penelitian ini ditunjukkan pada Tabel 1.

Tabel 1. Definisi Operasional Variabel

Variabel	Indikator
<i>Altruisme</i> (ALT)	<p>Saya sering berbagi informasi di whatsapp karena saya suka membantu orang lain</p> <p>Saya sering berbagi informasi di whatsapp karena merasa benar untuk membantu orang lain menyelesaikan permasalahan mereka</p> <p>Saya sering berbagi informasi di whatsapp karena ingin menginspirasi dan mendorong orang lain untuk melakukannya juga</p> <p>Saya sering berbagi informasi di whatsapp karena saya ingin memberi informasi kepada orang lain</p> <p>Saya sering berbagi informasi karena saya ingin menegur orang lain</p>
<i>Instant New Sharing</i> (INS)	<p>Saya langsung membagikan informasi yang mungkin menjadi berguna untuk orang lain di whatsapp</p> <p>Saya membagikan informasi di whatsapp untuk mendapatkan umpan balik</p>

	Saya membagikan informasi di whatsapp, untuk menyediakan informasi instan bagi orang lain Saya langsung membagikan informasi di whatsapp untuk membagikan pengalaman dan pengetahuan kepada orang lain Saya langsung membagikan informasi di whatsapp untuk membagikan informasi yang mungkin menarik untuk orang lain
<i>Self-promotion</i> (SP)	Berbagi informasi di whatsapp membantu saya untuk membuat orang lain terkesan terhadap saya Berbagi informasi di whatsapp membantu saya untuk mengekspresikan diri saya sendiri Berbagi informasi di whatsapp membuat saya merasa penting Berbagi informasi di whatsapp membantu saya dalam berkomunikasi dengan gambaran yang saya inginkan sendiri
<i>Socialisation</i> (SOC)	Saya membagikan informasi di whatsapp karena saya bisa berbicara tentang itu dengan orang lain Saya membagikan informasi di whatsapp karena saya merasa terlibat dengan apa yang terjadi dengan orang lain Saya membagikan informasi di whatsapp karena saya bisa berinteraksi dengan orang lain saat membagikan berita tersebut Saya membagikan informasi di whatsapp karena saya bisa bertukar ide dengan orang lain secara efisien Saya membagikan informasi di whatsapp karena itu membantu saya untuk tetap berhubungan dengan orang lain
<i>Entertainment</i> (ENT)	Saya membagikan informasi di whatsapp karena informasi tersebut menghibur Saya membagikan informasi di whatsapp karena informasi tersebut lucu Saya membagikan informasi di whatsapp karena informasi tersebut seru Saya membagikan informasi di whatsapp karena informasi tersebut menyenangkan

Sumber: (Apuke & Omar, 2021)

Metode analisis data dalam penelitian ini menggunakan SPSS dengan model analisis Regresi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Responden

Tabel 2. Data Karakteristik Demografi Responden

Kategori	Karakteristik	Banyak Responden	Persentase
Jenis kelamin	Laki - laki	188	57,7%
	Perempuan	138	42,3%
Umur	18 - 23 tahun	125	38,3%
	24 - 29 tahun	89	27,3%
	30 - 35 tahun	53	16,3%
	36 - 40 tahun	59	18,1%
Profesi	Pekerja purna waktu	183	56,1%
	Pekerja paruh waktu	56	17,2%

	Pelajar	59	18,1%
	Pensiunan	1	0,3%
	Tidak bekerja	27	8,3%
Pendidikan sekarang	SMA/SMK	148	45,4%
	Diploma	28	8,6%
	Sarjana S1	131	40,2%
	Master S2	3	0,9%
	Prof S3	1	0,3%
	Lainnya	15	4,6%

Sumber: Data Olahan Peneliti

Data karakteristik demografi responden yang telah diperoleh ditunjukkan pada tabel 2 diatas. Pada tabel tersebut, diketahui bahwa responden di dominasi oleh laki-laki dengan total 188 responden (57,7%) dan wanita sebanyak 138 responden (42,3%). Berdasarkan umur, responden didominasi oleh kalangan umur 18 – 23 tahun dengan total 125 responden (38,3%). Profesi responden didominasi oleh pekerja purna waktu dengan total 183 responden (56,1%). Dan Pendidikan terakhir dari responden didominasi oleh SMA/SMK dengan total 148 responden (45,4%) dan Sarjana S1 dengan total 131 responden (40,2%).

Hasil Uji Reliabilitas dan Uji Validitas

Pengujian validitas pada penelitian ini adalah menggunakan *Pearson Correlation*. Pengujian validitas dilakukan pada setiap indikator pertanyaan, dan dapat dibuktikan bahwa validitas indikator instrumen penelitian adalah valid dengan seluruh nilai signifikansi $< 0,05$ dan nilai *Pearson Correlation Coefficient* $> 0,05$.

Tabel 3. Uji Validitas

Variabel		Pearson Correlation	Sig.
<i>Altruism</i>	ALT01	.775	.000
	ALT02	.800	.000
	ALT03	.841	.000
	ALT04	.852	.000
	ALT05	.797	.000
<i>Instant New Sharing</i>	INS01	.822	.000
	INS02	.793	.000
	INS03	.800	.000
	INS04	.870	.000
	INS05	.838	.000
<i>Self-Promotion</i>	SP01	.857	.000
	SP02	.818	.000
	SP03	.852	.000
	SP04	.860	.000
<i>Socialisation</i>	SOC01	.837	.000
	SOC02	.791	.000
	SOC03	.831	.000
	SOC04	.866	.000
	SOC05	.834	.000

<i>Entertainment</i>	ENT01	.793	.000
	ENT02	.868	.000
	ENT03	.864	.000
	ENT04	.860	.000

Sumber: Data Olahan Peneliti

Untuk pengujian reliabilitas pada penelitian kali ini adalah dengan menerapkan *Cronbach's Alpha*. Pengujian reliabilitas dilakukan pada setiap indikator, dan suatu instrumen penelitian dinyatakan reliabel apabila memiliki nilai > 0,5 pada koefisien *Cronbach's Alpha*. Semua indikator pertanyaan yang diuji pada penelitian ini memiliki nilai koefisien *Cronbach's Alpha* di atas 0,85 yang menyatakan bahwa instrumen yang digunakan pada penelitian ini reliabel.

Tabel 4. Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha
ALT	.871
INS	.882
SP	.868
SOC	.888
ENT	.865

Sumber: Olahan Data Peneliti

Hasil Uji Hipotesis

Tabel 5. Hasil Uji Hipotesis

Hipotesis	Hubungan	F	Sig.	Adjusted R Square	t	Sig.	Hasil
H1	ALT -> FNS	42.138	.000 ^b	.395	5.550	.000	Diterima
H2	INS -> FNS				2.073	.039	Diterima
H3	SP -> FNS				.300	.764	Ditolak
H4	SOC -> FNS				1.461	.145	Ditolak
H5	ENT -> FNS				3.627	.000	Diterima

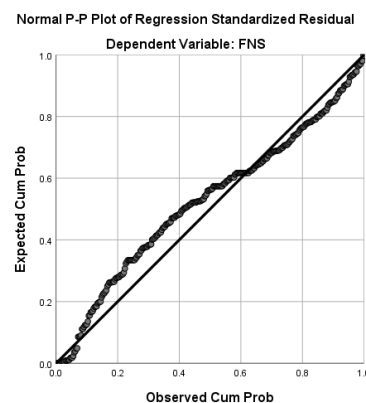
Sumber: Data Olahan Peneliti

Hasil uji hipotesis dapat dilihat pada tabel 3. Untuk uji F menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,000^b yang berarti telah memenuhi syarat nilai signifikansi dibawah 0,05 dan nilai F_{hitung} sebesar 42,138 yang dimana nilai dari F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} yang hanya sebesar 30. Untuk uji R² menunjukkan nilai 0,395 yang berarti *Altruism* (ALT), *Instant New Sharing* (INS) dan *Entertainment* (ENT) memiliki pengaruh sebesar 39,5% terhadap *Fake News Sharing* (FNS) dan terdapat 60,5% pengaruh dari variabel variabel yang tidak diteliti pada penelitian kali ini. Untuk uji t dapat dilihat dari nilai signifikansinya jika nilai Sig. < 0,05 maka berarti variabel tersebut signifikan sedangkan jika Sig. > 0,05 maka berarti variabel tersebut tidak signifikan. Variabel yang signifikan adalah variabel ALT, INS dan ENT sedangkan variabel yang tidak signifikan adalah SP dan SOC.

Hasil Uji Klasik

Hasil uji normalitas menggunakan *Probability Plot* yang menunjukkan data normal karena titik-titik data mengikuti garis diagonalnya sedangkan jika data tidak normal maka titik-titik data akan menjauh atau tersebar dari garis diagonalnya (Raharjo, 2021). Hasil uji normalitas dapat dilihat pada Gambar 2.

Gambar 2. Hasil Uji Normalitas



Sumber: Data Olahan Peneliti

Kemudian dilanjutkan dengan hasil uji multikolinearitas, menurut pengambilan keputusan uji multikolinearitas dimana jika nilai $VIF < 10$ dan nilai $tolerance > 0,01$ maka tidak terjadi multikolinearitas sedangkan jika nilai $VIF > 10$ dan nilai $tolerance < 0,01$ maka terjadi multikolinearitas (Meiryani, 2021). Untuk pada data peneliti kali ini tidak terjadi multikolinearitas karna telah memenuhi pengambilan keputusan terkait uji multikolineritas seperti yang ditunjukkan pada Tabel 4. berikut.

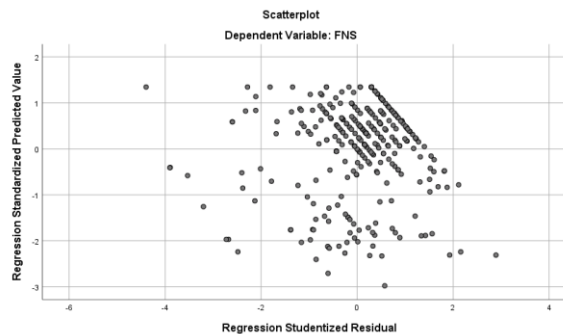
Tabel 6. Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	Tolerance	VIF
ALT	.528	1.893
INS	.525	1.904
SP	.516	1.938
SOC	.404	2.477
ENT	.643	1.556

Sumber: Data Olahan Peneliti

Hasil uji heteroskedastisitas menunjukkan bahwa data tim penulis tidak terjadi heteroskedastisitas karena jika telah terjadi heteroskedastisitas maka titik-titik akan membentuk suatu pola tertentu sedangkan pada hasil uji tim penulis titik-titik menyebar secara merata atau berkumpul di suatu tempat seperti yang ditunjukkan pada Gambar 3.

Gambar 3. Hasil Uji Heteroskedastisitas



Sumber: Data Olahan Peneliti

Dan yang terakhir adalah hasil uji autokorelasi yang menunjukkan nilai sebesar *durbin-watson* 2,010 dengan nilai $dL = 1.7176$ dan $dU = 1.8199$, ini berarti menunjukkan bahwa nilai *durbin watsan* lebih besar dari nilai dU yang berarti tidak ada terjadinya autokorelasi diantara variabel.

Pembahasan

Berita palsu atau *hoax* semakin cepat menyebar dikarenakan dengan adanya jejaringan sosial atau bisa disebut dengan *social media*. Dengan adanya media sosial ini orang-orang akan bisa langsung membagikan informasi dengan sangat mudah tanpa harus bertemu terlebih dahulu dengan teman ataupun orang lain yang mereka kenal. Dengan kemudahan ini lah mereka dengan sangat cepat membagikan informasi tanpa harus menyelidiki kebenaran akan informasi tersebut.

Whatsapp merupakan salah satu sosial media yang sering kita gunakan sebagai untuk pribadi maupun bisnis. Dan juga di aplikasi Whatsapp inilah berita palsu atau *hoax* sering menyebar dikarenakan dengan adanya fitur *Story* dan juga fitur *Broadcast* orang-orang akan lebih gampang untuk menyampaikan informasi ke orang yang mereka mau. Dengan inilah peneliti melakukan sebuah penelitian yang bertujuan untuk mengetahui faktor yang mempengaruhi seseorang dalam menyebarkan berita palsu di sosial media mereka pada masyarakat Batam yang berusia 18 – 40 tahun.

Hasil yang peneliti dapatkan dari penelitian ini adalah seperti diatas yaitu *Altruism*, *Entertainment* dan *Instant News Sharing* mempengaruhi seseorang untuk menyebarkan *fake news*. Setiap orang memiliki dorongan tersendiri dalam menyebarkan *fake news*, hal ini tentu sangat disayangkan mengingat betapa berbahayanya *hoax* ditambah lagi dengan media penyebarannya yang begitu canggih. Jika kita tidak selektif dalam menerima suatu informasi, bukannya membantu mengurangi penyebaran berita palsu tetapi kita malah terugikan dengan informasi yang kita peroleh dan juga merugikan orang lain.

Penelitian ini memberitahu kita beberapa faktor yang mendorong seseorang menyebarkan *fake news* yaitu *Altruism*, dimana seseorang membagikan informasi-informasi yang sebelumnya mereka peroleh ke orang lain karena ia ingin informasi itu dapat berguna bagi orang lain, membantu orang lain, dan juga menegur orang lain. *Altruism* merupakan etiket baik yang dilakukan seseorang agar orang disekitarnya mendapat informasi penting yang *ter-update* dan juga berguna untuk orang lain tersebut, namun jika tidak bijak bukannya

menolong orang disekitar kita tetapi kita malah membagikan informasi yang membuat orang lain ketakutan, panik, dan hal-hal buruk lainnya yang bisa merugikan orang lain tersebut.

Kemudian faktor kedua yang mempengaruhi penyebaran *fake news* adalah *Entertainment*. Dimana sebuah informasi yang mereka dapat menjadi hiburan bagi sebagian orang, sehingga mereka berinisiatif untuk membagikan informasi tersebut. Terkadang seseorang membagikan informasi untuk bahan candaan dengan orang sekitarnya karena kita menganggap informasi tersebut lucu, seru, dan juga sangat menghibur namun tidak untuk menjatuhkan informasi tersebut. Hal ini biasanya dilakukan untuk mencairkan percakapan saat melakukan interaksi baik secara langsung maupun melalui media. Ini merupakan salah satu dampak positif dari penyebaran informasi, bukan karena informasi tersebut membantu kita dalam suatu hal, melainkan memberikan kita hawa segar dan kebahagiaan bagi kita dari membaca informasi tersebut. Namun ini berbanding terbalik dari penelitian sebelumnya, hasil yang mereka peroleh bahwa orang-orang tidak membagikan berita palsu untuk hiburan.

Kemudian faktor terakhir yang mempengaruhi *fake news* adalah *Instant News Sharing*, dimana masyarakat membagikan informasi karena akses yang sangat mudah untuk melakukan hal tersebut. Faktor ini berada ditengah-tengah baik dan buruk, dengan cepatnya kemampuan teknologi untuk membagikan informasi kita akan dengan sangat mudah mendapatkan informasi terbaru dan *ter-update* sehingga kita bisa mengetahui apa yang sedang terjadi pada lingkungan sekitar maupun didunia. Begitu juga sebaliknya, hal ini akan membuat oknum-oknum nakal dengan sengaja menyebarkan informasi apapun maupun informasi yang mereka buat sendiri tanpa ada bukti dan fakta. Yang pada akhirnya mereka akan mendapat keuntungan sendiri dari menyebarkan informasi tersebut. Sehingga membuat kita harus sadar dan menghormati akan kepentingan dan hak orang lain.

Lalu kita akan membahas faktor yang tidak mempengaruhi *fake news* yang pertama ada *Self-promotion*, dimana seseorang membagikan informasi dikarenakan mereka ingin melakukan promosi terhadap dirinya atau untuk mendapatkan *notice* dari orang teman, keluarga dan juga orang banyak. Faktor ini biasanya dilakukan agar orang lain memberi *attention* lebih kepada diri mereka dan bisa jadi juga untuk mendapatkan keuntungan dari meningkatnya popularitas dari diri mereka. Pada penelitian ini berbanding terbalik dari penelitian sebelumnya yang dimana *Self-promotion* mempengaruhi seseorang dalam menyebarkan berita palsu atau *hoax*.

Kemudian yang kedua yaitu *Socialisation*, ini juga sebenarnya merupakan faktor penting karena manusia merupakan makhluk sosial sehingga manusia pasti tidak akan pernah lepas dari bersosialisasi. sebuah informasi disebarkan karena seseorang ingin bersosialisasi dengan orang lain. Faktor yang satu ini bisa dianggap dilakukan memang untuk etikat baik, seseorang membagikan informasi agar hubungannya dengan orang sekitarnya menjadi lebih akrab dan juga menjalin hubungan baru bagi orang yang baru kita kenal. Akan tetapi di penelitian ini mereka tidak membagikan informasi di karenakan mereka ingin bersosialisasi.

Kesimpulan dari penelitian ini adalah bahwa *Altruism*, *Entertainment* dan *Instant News Sharing* sebagai faktor terbesar seseorang dalam membagikan informasi. Tentu saja ini berbanding terbalik dengan penelitian sebelumnya dimana *Self-promotion* dan *Socialisation* termasuk faktor yang sangat mempengaruhi seseorang dalam membagikan informasi *hoax*, akan tetapi di penelitian ini *Self-promotion* dan *Socialisation* menjadi faktor yang sangat kecil kemungkinannya untuk mempengaruhi seseorang dalam menyebarkan informasi *hoax*. Dan juga di penelitian ini *Entertainment* termasuk salah satu faktor terbesar yang mempengaruhi seseorang dalam menyebarkan berita *hoax* dimana pada penelitian sebelumnya

Entertainment ini termasuk kedalam faktor yang kemungkinannya sangat kecil untuk mempengaruhi seseorang dalam menyebarkan berita palsu.

KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi penyebaran berita palsu atau *hoax* di kalangan masyarakat Batam. Hasil dari penelitian ini menyimpulkan bahwa *Altruism, Entertainment, Socialisation, Self-promotion* dan *Instant news sharing* semuanya mempengaruhi seseorang untuk menyebarkan *fake news* semuanya mempengaruhi seseorang untuk menyebarkan *fake news*. Akan tetapi *Altruism, Entertainment* dan *Instant News Sharing* merupakan faktor terbesar seseorang dalam membagikan informasi palsu. Berdasarkan hasil penelitian, dapat menyarankan kepada masyarakat untuk memilih dan melakukan konfirmasi terhadap berita yang didapat bahwa berita tersebut itu adalah berita yang benar atau yang salah. Dengan begitu, akan mengurangi penyebaran informasi palsu yang menyebar ke masyarakat.

Dan juga dari penelitian ini menunjukkan bahwa sebagian besar masyarakat seperti tidak peduli akan keaslian dan kebenaran informasi dan akan langsung membagikan suatu informasi karena mereka menganggap isi dari informasi itu penting bagi keluarga / orang-orang disekitar mereka untuk tahu dan juga mereka menganggap informasi tersebut sudah pasti benar. Hal-hal seperti inilah yang menyebabkan maraknya *hoax* / berita palsu dizaman sekarang. Memang sulit untuk tetap tenang, bijak, dan selektif saat kita berada disituasi yang berbahaya apalagi menyangkut keluarga kita, namun itulah yang diperlukan untuk mencegah maraknya berita *hoax*. Dengan tetap tenang, bijak dan selektif dalam menerima informasi kita sudah membantu dalam mengurangi masalah *hoax* dan itu juga secara tidak langsung akan berguna bagi orang yang kita sayangi.

DAFTAR PUSTAKA

- Anugera, M. R., & Putra, D. K. S. (2021). Efektivitas Penggunaan Media Sosial Instagram @ Jabarsaberhoaks Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Tentang Fakta Hoaks Pada Followers Di Jawa Barat. *EProceedings of Management*, 8(3), 1–8.
- Apuke, O. D., & Omar, B. (2021). User Motivation in Fake News Sharing during The COVID-19 Pandemic: An Application of The Uses and Gratification Theory. *Emerald Insight*, 45(1), 220–239. <https://doi.org/10.1108/OIR-03-2020-0116>
- Arianto, A. K. (2021). Dugaan Hoaks Seputar Vaksin Covid-19 di Indonesia Dalam Kerangka Linguistik Forensik. *KoPen: Konferensi Pendidikan Nasional*, 3(1), 115–129.
- Estalansa, H. (2022). *Innalillahi, Ikut Gerakan Anti-Vaksin, Penyanyi Cantik Ini Meninggal Dunia Usai Sengaja Tertular Covid-19*. Gridhype.Id. <https://hype.grid.id/read/433107570/innalillahi-ikut-gerakan-anti-vaksin-penyanyi-cantik-ini-meninggal-dunia-usai-sengaja-tertular-covid-19?page=all>
- Hasibuan, L. S. (2021). *Papahku Meninggal Karena Percaya Hoax Covid-19*. CNBC Indonesia. <https://www.cnbcindonesia.com/lifestyle/20210719095033-33-261920/papahku-meninggal-karena-percaya-hoax-covid-19>
- Herlina, M., & Husada, S. (2019). Dampak Kejahatan Cyber dan Informasi Hoax Terhadap Kecemasan Remaja di Media Online. *Promedia*, 5(2), 89–110.
- Juditha, C. (2018). Interaksi Komunikasi Hoax di Media Sosial Serta Antisipasinya. *Journal Pekommas*, 3(1), 31–34. <https://doi.org/10.30818/jpkm.2018.2030104>

- Kertanegara, M. R., Nabila, A., Berlian, C. N., Jeaniffer, E., Dwi, F., & Sabrina, I. (2020). Pengaruh Tingkat Literasi Media terhadap Perilaku Penyebaran Hoax di Kalangan Generasi Z (Studi pada Siswa SMA Negeri 4 Depok). *Jurnal Konvergensi*, 2(1), 80–161.
- Koto, I. (2021). Hate Speech Dan Hoax Ditinjau Dari Undang-Undang ITE Dan Hukum Islam. *Jurnal Sosial Dan Ekonomi*, 2(1), 48–56.
- Meiryani. (2021). *Memahami Uji Multikolinearitas Dalam Model Regresi*. Binus University. [https://accounting.binus.ac.id/2021/08/06/memahami-uji-multikolinearitas-dalam-model-regresi/#:~:text=Uji Multikolinearitas bertujuan untuk menguji, variance inflation factor \(VIF\)](https://accounting.binus.ac.id/2021/08/06/memahami-uji-multikolinearitas-dalam-model-regresi/#:~:text=Uji%20Multikolinearitas%20bertujuan%20untuk%20menguji,variance%20inflation%20factor%20(VIF).).
- Naqiah, A., & Deli. (2020). Studi Literatur Terhadap Teori Komunikasi Menggunakan Media Digital Dalam Penyebaran Berita Mengenai Covid-19. *Jurnal Conference on Business, Social Sciences and Innovation Technology*, 1(1), 1–9.
- Pinheiro, D. A., De Araújo, M. G. L., De Souza, K. B., Campos, B. de S., De Oliveira, E. M., Melquides Lima, R. S., Ferreira, G. A., De Freitas, A. C. A., Toledo, C. B., De Souza, G. B., Olivera, T. R. S. de, & Barbosa, D. F. (2020). Sharing Fake News about Health in the Cross-Platform Messaging App Whatsapp during the COVID-19 Pandemic: A Pilot Study. *International Journal of Scientific Research and Management*, 8(10), 403–410. <https://doi.org/10.18535/ijstrm/v8i10.mp01>
- Raharjo, S. (2021). *Cara Uji Normal Probability Plot dalam Model Regresi dengan SPSS*. SPSS Indonesia. <http://www.spssindonesia.com/2017/03/normal-probability-plot.html>
- Rahmadhany, A., Aldila Safitri, A., & Irwansyah, I. (2021). Fenomena Penyebaran Hoax dan Hate Speech pada Media Sosial. *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Bisnis*, 3(1), 30–43. <https://doi.org/10.47233/jteksis.v3i1.182>
- Yustitia, S., & Asharianto, P. D. (2020). Misinformation and Disinformation of COVID-19 on Social Media in Indonesia. *LPPM UPN "Veteran" Yogyakarta Conference Series Proceeding on Political and Social Science*, 1(1), 51–65. <https://doi.org/10.31098/pss.v1i1.180>