
MEMAHAMI PERILAKU PENGGUNA MEDIA SOSIAL DALAM MENYEBARKAN BERITA HOAX DI FACEBOOK

Nolan Efranda¹, Dedy Syamsuar², Linda Atika³

¹Program Studi Informatika, Universitas Bina Darma, Palembang
e-mail: ¹nolanefranda@univbinainsan.ac.id , ²dedy_syamsuar@binadarma.ac.id ,
³linda_atika@binadarma.ac.id

Abstrak

Munculnya situs jejaring sosial atau media sosial memberikan kemudahan dalam melakukan komunikasi dan berbagi informasi melalui dunia maya. Facebook merupakan media sosial dengan pengguna terbanyak di Indonesia, dengan pengguna aktif sebanyak 130 juta akun. Konten apapun dapat dibagikan melalui media sosial, sehingga memberikan peluang orang lain untuk melakukan penyebaran berita hoax melalui media sosial. Berdasarkan informasi dari Kemenkominfo pada bulan Agustus 2018 sampai April 2019 total temuan isu hoax sebanyak 1731 isu yang disebarakan melalui media social. Penelitian ini bertujuan untuk mengnalsis faktor-faktor yang mempengaruhi seseorang melakukan penyebaran berita hoax melalui media social khususnya Facebook.). Studi ini dilakukan menggunakan teori *The New Media Literacies* yang terdiri dari *Simulation, Judgement, Collective Intteligence*, Motiviasi, Sikap Afektif dan Konigtif. Metode penelitian yang digunakan adalah pengumpulan data kuantitatif dengan menggunakan Analisis Faktor. Analisis terhadap 34 variabel indikator menghasilkan Sembilan faktor terbentuk : (1) Faktor Motivasi ; (2) Faktor Pemahaman Berita Hoax ; (3) Faktor Validasi Berita Hoax; (4) Faktor Evaluasi Berita ; (5) Faktor Sifat Konatif; (6) Faktor Mengenali Berita Hoax; (7) Faktor Sifat Afekktif; (8) Faktor Memahami Berita Hoax ; (9) Faktor Sepemikiran;

Kata kunci : Media Sosial, Facebook, Literasi Media Baru dan Berita Hoax

Abstract

The emergence of social networking sites or social media makes it easy to communicate and share information through cyberspace. Facebook is the social media with the most users in Indonesia, with 130 million active users. Any content can be shared through social media, thus giving other people the opportunity to spread hoax news through social media. Based on information from the Ministry of Communication and Information between August 2018 and April 2019, the total findings of hoax issues were 1731 issues spread through social media. This study aims to analyze the factors that influence someone to spread hoax news through social media, especially Facebook.). This study was conducted using The New Media Literacies theory consisting of Simulation, Judgment, Collective Intelligence, Motivation, Affective and Conventional Attitudes. The research method used is quantitative data collection using Factor Analysis. Analysis of 34 indicator variables resulted in nine factors being formed: (1) Motivation Factors; (2) Understanding Factors of Hoax News; (3) Hoax News Validation Factors; (4) News Evaluation Factors; (5) Conative Nature Factors; (6) Factors Recognizing Hoax News; (7) Affective Factors; (8) Factors Understanding Hoax News; (9) Like-minded Factors;

Keywords : Social media, Facebook, The New Media Literacies and Hoax News

I. PENDAHULUAN

Perkembangan di bidang teknologi berjalan dengan sangat pesat tidak hanya di kota besar tetapi juga ke level kota kabupaten, Lubuk linggau salah satunya yang merupakan kota kedua terbesar di Propinsi Sumatera Selatan [1]. Penggunaan teknologi saat ini sudah tidak bisa dihindarkan. Investasi teknologi diharapkan mampu mendorong bisnis agar semakin efektif dan efisien [2]. Hadirnya media sosial membuat batasan ruang virtual menjadi tidak jelas. Situasi online memberikan kemudahan untuk secara bebas mengekspresikan diri melalui media social [3], yang mengakibatkan tidak terkontrolnya pengguna media sosial saat ini. Pada bulan Agustus 2018 sampai April 2019 total temuan isu hoax sebanyak 1731 isu yang disebarkan melalui media sosial [4], dengan jumlah peningkatan jumlah isu yang disebarkan setiap bulannya. Banyak media sosial yang digunakan sebagai sarana penyebaran berita hoax, salah satunya adalah facebook. Jumlah informasi hoax yang disebarkan melalui *platform* media sosial Facebook sebesar 82% [5]. Studi ini dilakukan menggunakan teori *The New Media Literacies* yang terdiri dari *Simulation, Judgement, Collective Intelligence*, Motivasi, Sikap Afektif dan Kognitif.

Metode penelitian ini adalah pengumpulan data kuantitatif dengan menggunakan Analisis Faktor. Tahapan-tahapan yang dilakukan pada penelitian ini, yaitu : (1) Melakukan Uji KMO dan *Barlett's Test* (2) Uji MSA (FDFD) (3) Uji *Communalities* (4) Uji *Total Variance Explained* (4) Uji *Scree Plot* (5) Uji *Component Matrix* (6) Uji *Rotated Component Matrix*. Tujuan dari penelitian yang dilakukan adalah untuk mengetahui faktor apa saja yang mempengaruhi pengguna media sosial dalam melakukan penyebaran berita hoax di Facebook.

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Media Sosial

Media social adalah sebuah bentuk komunikasi baru dan alat kolaborasi sehingga dapat melibatkan terjadinya beragam interaksi yang belum tersedia sebelumnya. Karakteristik media social antara lain: (a) Jangkauan, media social menjangkau komunikasi khalayak global (b) Aksesibilitas, media dapat diakses dengan biaya yang terjangkau oleh public (c) Penggunaan, media social mudah digunakan oleh orang lain karena tidak memerlukan keterampilan khusus (d) Aktualitas, media social dapat memperoleh respon dari khalayak banyak dengan lebih cepat (e) Tetap, media social dapat dengan mudah menggantikan komentar secara instan [6].

2.2 Facebook

Facebook adalah layanan jejaring social terbesar didunia dengan jumlah pengguna aktif di Indonesia sebanyak 130 Juta akun. Facebook diluncurkan pada 4 Februari 2004 yang didirikan oleh Mark Zuckerberg. Hadirnya Facebook sebagai layanan media social diaman pengguna dapat membagikan komentar, berbagi foto atau gambar, berbagi link berita atau konten bersama yang dapat diakses oleh orang lain. Facebook memudahkan penggunanya untuk berkomunikasi dengan orang lain yang berada jauh, seakan tidak ada jarak lagi antara Jakarta dan New York [3].

2.3 Berita Hoax

Berita hoax adalah informasi yang dibuat untuk menutupi sebuah fakta dengan cara merekayasa informasi tersebut [7]. Dengan kata lain berita hoax bertujuan untuk memutarbalikan fakta dengan membuat informasi yang seakan-akan informasi tersebut benar tetapi tidak dapat diverifikasi kebenarannya.

2.4 Literasi Media Baru

Literasi media baru adalah kemampuan masyarakat dalam mencari, membaca dan mencerna sebuah informasi yang beredar di media digital, computer, atau jaringan TIK (Teknologi Informasi dan Komunikasi) yang lahir populer pada abad ke-20 [7]. Yang terdiri dari : (1) *Simulation*; (2) *Judgement* ; (3) Pengetahuan Tentang Berita Hoax ; (4) *Motivation* ;

2.4.1 Simulation

Simulasi adalah kemampuan untuk dapat mengenali sebuah informasi yang kredibel di media massa dan media social [7] yang terdiri dari : (1) Kebenarana Berita ; (2) Kelengkaoan Berita ; (3) Akun Berita ; (4) Alamat Website ; (5) Membandingkan Berita ; (6) Media berita berbeda;.

2.4.2 Judgement

Judgement adalah kemampuan untuk melakukan evaluasi dan mengenali sumber berita atau informasi yang kredibel [7] yang terdiri dari : (1) Analisa Berita ; (2) Tanya Langsung ; (3) Bertanya dengan orang lain ; (4) Membandingkan Berita ; (5) Komunitas Anti Hoax ;

2.4.3 Pengetahuan Tentang Berita Hoax

Pengetahuan tentang berita hoax adalah kemampuan untuk mencerna sebuah berita yang diterima dan memvalidasikannya [7] yang terdiri dari : (1) Membedakan Berita Hoax ; (2) Judul berita Hoax ; (3) Website Berita Hoax ; (4) Akun Berita Hoax ; (5) Sumber Berita Hoax ; (6) Mengetahui Berita Hoax ;

2.4.1. *Motivation*

Motivasi adalah keinginan yang ada pada diri seseorang yang dapat menggerakkan seseorang untuk melakukan sesuatu [7]

yang terdiri dari : (1) Orang Terpecaya ; (2) Judul ; (3) Bermanfaat ; (4) iseng ; (5) pengaruh external ; (6) Penasaran ; (7) Bayaran ;

2.5 Sikap

Sikap adalah cara berfikir, rasa dan tindakan terhadap beberapa aspek yang ada dilingkungan sekitar serta sebuah konsep mental yang menyeluruh tentang proses motivasi, emosi, persepsi dan kognitif yang bermanfaat untuk mengevaluasi konten-konten yang mengandung informasi illegal. [8].

2.5.1 Afektif

Afektif adalah pendekatan perasaan, emosi atau ucapan seseorang mengenai informasi atau berita yang terindikasi mengandung hoax [8] yang terdiri dari : (1) Baca Berita Hoax ; (2) Sepemikiran ; (3) Merasa Terganggu ; (4) Berita Viral ; (5) Penasaran

2.5.2 Konatif

Konatif adalah tindakan yang dilakukan seseorang terhadap informasi atau berita yang terindikasi mengandung hoax [8] yang terdiri dari : (1) *Share* Berita Hoax ; (2) Mengambatkan ; (3) Menghapus ; (4) Menegur ; (5) Melaporkan;

2.6 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu dijadikan sebagai bahan referensi tambahan yang digunakan oleh peneliti dalam melakukan penelitiannya, adapun penelitian terdahulu yang dijadikan sebagai bahan referensi sebagai berikut :

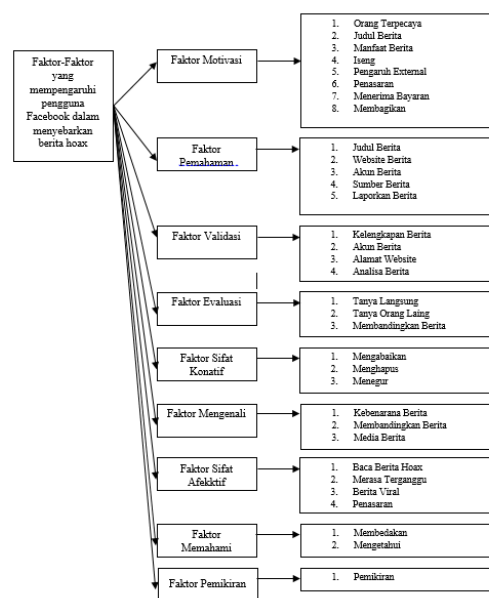
1. Penelitian Muhammad Irpan Nurhab dan Badaruddin Nurhab yang dipublikasi pada Jurnal Media Ekonomi dengan judul Analisis Faktor Pengaruh Pembelian Buku di Gramedia Kota Lubuklinggau Dengan *Factor Analysis*. Dari penelitian yang dilakukan diperoleh

hasil sebagai berikut : Reduksi terhadap 32 faktor-faktor yang dipertimbangkan konsumen dalam membeli produk Buku Manajemen di Kota Lubuklinggau menghasilkan 7 (tujuh) faktor. Ketujuh faktor tersebut adalah : faktor palayanan, faktor organisasi, faktor produk, faktor psikologi, faktor people, faktor individu, faktor kualitas.

2. Penelitian Muhammad Irpan Nurhab, Badaruddin Nurhab dan Ajeng Nue Eka Sari yang dipublikasi pada Seminar Nasional PIKSI EKSIS 2015 dengan judul Analisis Faktor Kunjungan Wisata dengan *Factor Analysis*. Dari penelitian yang dilakukan diperoleh hasil sebagai berikut : Reduksi terhadap 20 faktor-faktor yang dipertimbangkan pengunjung wisata di Kota Lubuklinggau menghasilkan 5 (lima) faktor. Kelima faktor tersebut adalah : faktor aksesibilitas, faktor kenyamanan, faktor historis, faktor promosi, faktor harga.
3. Penelitian Dwiza Riana yang dipublikasi dalam Seminar Implemetasi UU ITE dalam Memncegah Hoax di Media Sosial dalam Mewujudkan Keadilan dan Ketertiban Umum dengan judul Persepsi Hoax dalam Literasi Media di Kalangan Dosen dan Mahasiswa. Dari penelitian yang dilakukan diperoleh hasil sebagai berikut : Kecerdasan seseorang dalam mengidentifikasi sebuah informasi atau konten hoax dipengaruhi oleh kemampuan dalam literasi media baru yang terdiri dari : *Simulation, Judgement, Pengetahuan Tentang Berita Hoax, Motivasi dan Sikap*.

2.7 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran dalam penelitian ini dilakukan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang terlibat dalam perilaku pengguna media sosial dalam melakukan penyebaran berita hoax di Facebook



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

III. METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Pada penelitian ini peneliti menggunakan pendekatan kuantitatif yang merupakan sebuah model penelitian ilmiah yang melakukan pengukuran terhadap setiap fenomena social yang dijabarkan ke dalam beberapa komponen masalah, variable dan indikator [9]. Kerangka penelitian merupakan suatu model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah riset. Kerangka penelitian akan memberikan manfaat, yaitu terjadi persepsi yang sama antara periset dan pembaca terhadap alur-alur pikiran periset, dalam rangka membentuk hipotesis-hipotesis risetnya secara logis [10].

3.2 Teknik Sampling

Teknik sampling yang digunakan pada penelitian ini adalah *non probability sampling* dengan pengambilan sampel yang spesifik *purposive sampling*. *Purposive sampling* merupakan teknik penentuan sampel dengan menggunakan pertimbangan tertentu, pada teknik ini peneliti hanya memilih orang sebagai sampel yang benar-benar mengetahui dan memiliki kompetensi dengan penelitian tersebut [9]. Pada penelitian ini yang menjadi responden adalah masyarakat kota Lubuklinggau yang merupakan pengguna aktif media social.

3.3 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini adalah dengan menggunakan metode survey, yaitu dengan menyebarkan kuesioner kepada responden. Responden pada penelitian ini adalah masyarakat kota Lubuklinggau yang menggunakan media social Facebook. Kuesioner dibagikan secara *online* dengan menggunakan Google Form.

3.4 Teknik Analisa Data

Teknik analisa data yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis factor dengan program analisis menggunakan MS Excel dan SPSS 25 yang merupakan *software* untuk perhitungan statistic

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk memastikan instrument yang digunakan dalam penelitian dapat mengukur apa yang seharusnya diukur [11]. Suatu skala dapat dikatakan valid apabila skala tersebut digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Dengan tingkat signifikan 5% dengan $R_{\text{Hasil}} \leq R_{\text{tabel}}$ maka H_0 tidak ditolak, sedangkan $R_{\text{Hasil}} \geq R_{\text{tabel}}$ maka H_1 butir pertanyaan valid [11].

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui adanya konsistensi dan stabilitas nilai hasil skala pengukuran tertentu, reliabilitas berkonsentrasi pada masalah akurasi pengukuran dan hasilnya [11]. Pengujian terhadap reliabilitas dilakukan untuk mengetahui bahwa hasil pengukuran tetap konsisten apabila dilakukan dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan menggunakan alat ukur yang sama [12].

3. Uji KMO dan Barlett's Test

Uji KMO dan *Barlett's* digunakan untuk mengetahui kelayakan sebuah variable. Pada uji KMO dan *Barlett's Test* dapat mengetahui mana variable yang dapat diuji menggunakan teknik analisis factor dengan melihat nilai KMO dan MSA nya [13]. Dengan kriteria kesesuaian sebagai berikut :

- a. $0,9 < \text{KMO} < 1,00$ = unit observasi sangat baik untuk dianalisis faktor
- b. $0,8 < \text{KMO} < 0,9$ = unit observasi baik untuk dianalisis factor
- c. $0,7 < \text{KMO} < 0,8$ = unit observasi agak baik untuk dianalisis faktor
- d. $0,6 < \text{KMO} < 0,7$ = unit observasi lebih dari cukup untuk dianalisis faktor
- e. $0,5 < \text{KMO} < 0,6$ = unit observasi cukup untuk dianalisis faktor
- f. $\text{KMO} \leq 0,5$ = unot observasi tidak layak untuk dianalisis factor

Sedangkan untuk nilai *Barlett's Test* nya (Sig.) harus lebih kecil dari 0.05, maka analisis factor dalam penelitian ini dapat diterima. [9].

4. MSA (Measuring of Sampling Adequancy)

Uji MSA digunakan untuk melihat vareiable apa saja yang dapat dianalisis menggunakan analisis factor dengan ketentuan nilai MSA masing-masing variable > dari 0,50. Jika kurang dari 0,50

melakukan analisis ulang atau variable tersebut dihilangkan [13].

5. Communalities

Uji *Communalitis* bertujuan untuk melihat nilai variable yang sedang diteliti apakah nilai tersebut dapat menjelaskan factor atau tidak. Variabel dianggap mampu menjelaskan factor apabila nilai *Extractionya* > 0,50 [13].

6. Total Variance Explained

Uji *Total Variance Explained* untuk melihat factor yang dominan diantara variable-variabel yang telah diuji dengan melihat nilai *Initial Eigenvalue* dengan syarat nilai melihat nilai *Initial Eigenvalue* harus lebih dari 1 [13].

7. Scree Plot

Uji *Scree Plot* bertujuan untuk melihat jumlah factor yang terbentuk berdasarkan nilai *Initial Eigenvalue* yang lebih dari 1. Jumlah factor kan digambarkan sebuah grafik yang mana gambar pada grafik akan landai ke kanan sesuai dengan besar kecilnya nilai *initial eigenvalue* [13].

8. Component Matrix

Uji *Component Matrix* bertujuan untuk melihat nilai korelasi antara masing-masing variable dengan factor yang terbentuk [13].

9. Rotated Component Matrix

Uji *Rotated Component Matrix* bertujuan untuk memetakan suatu variable akan dikelompokkan kedalam factor mana, maka ini dapat ditentukan dengan melihat nilai korelasi terbesar antara variable dengan factor yang terbentuk [13].

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Karakteritik Responden

1. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini diambil dari kuesioner yang telah disebarakan kepada responden melalui media social dan *mobile chatting* dengan menggunakan *Google Form*. Jumlah kuesioner yang terkumpul berjumlah 152 data. Responden ini sendiri adalah masyarakat di kota Lubuklinggau yang merupakan pengguna aktif media social Facebook. Tingkat pengembalian kuesioner dalam penelitian ini 100 % semua kuesioner yang telah diisi dikirim kembali kepeneliti untuk dilanjutkan ke tahapan penelitian selanjutnya.

Tabel 1 Responden berdasarkan usia

No	Usia	Jumlah
1	12-17 Tahun	3
2	18-24 Tahun	100
3	25-32 Tahun	38
4	33-40 Tahun	10
5	>40 Tahun	1
Total		152

2. Karakteritik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 2 Responden berdasarkan jenis kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah
1	Pria	61
2	Wanita	91
Total		152

3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Tabel 3 Responden berdasarkan pendidikan terakhir

No	Pendidikan Terakhir	Jumlah
1	SD	-
2	SMP	-
3	SMA	63
4	S1	76
5	S2	7
6	S3	-
7	Lainnya	6
Total		152

4. Karakteristik Responden Berdasarkan Profesi

Tabel 4 Responden berdasarkan profesi

No	Pendidikan Terakhir	Jumlah
1	Pelajar	2
2	Mahasiswa	68
3	Guru	21
4	Dosen	3
5	ASN/PNS	9
6	Karyawan Swasta	30
7	Ibu Rumah Tangga	1
8	Wiraswasta	8
9	Freelance	10
Total		152

4.2 Uji Validitas

Dalam penelitian jumlah data atau sampel sebanyak 152 dan variable sebanyak 6 variabel maka df -hitung = 150 dengan α 0,05 diperoleh hasil r -tabel 0,1593. Jika r -hitung lebih besar dibandingkan dengan r -tabel maka item instrumen dapat dikatakan valid dan bisa dilanjutkan sebagai instrumen penelitian. R -hitung masing-masing item instrumen dapat dilihat pada tabel corrected item-total correlation. Berdasarkan tabel diatas hasil uji validitas terhadap 35 item pertanyaan dalam kuesioner memiliki nilai corected item-total correlation antara 0.25 – 0.573 yang artinya

tidak terdapat item yang gugur sehingga alat ukur atau instrument kuesioner yang digunakan untuk mendapatkan data itu dapat dinyatakan valid

4.3 Uji Reliabilitas

Berdasarkan tabel hasil uji reliabilitas, dapat disimpulkan bahwa nilai *Cronbach's Alpha* dari masing-masing variabel yang digunakan dalam penelitian diatas 0.7 yang artinya variabel-variabel tersebut mempunyai tingkat reliabilitas yang cukup tinggi sehingga layak untuk dijadikan instrument Penelitian

4.4 Uji KMO (Kaiser Mayer Olkin) dan Barlett's Test

Berdasarkan hasil dari pengolahan data SPSS 25 diperoleh hasil KMO dan *Barlet Test* sebagai berikut :

Tabel 5 Uji KMO dan *Barlett's Test*

KMO and Bartlett's Test		
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.	of	.777
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	2442.186
	df	528
	Sig.	.000

Sumber : Hasil olah data SPSS

Berdasarkan table uji KMO dan *Barlett's Test* dapat disimpulkan bahwa nilai KMO diatas 0.6 maka unit observasi lebih dari cukup untuk dilakukan analisis faktor.

4.5 Hasil Nilai MSA (Measure of Sampling Adequancy) Anti Image Correlation

Berdasarkan uji MSA terhadap 35 instrumen yang digunakan dalam penelitian memiliki nilai antara 0.522 – 0.892, yang artinya seluruh instrument dalam penelitian dapat digunakan untuk melakukan analisis

factor karena nilai MSA setiap instrument > 0.50.

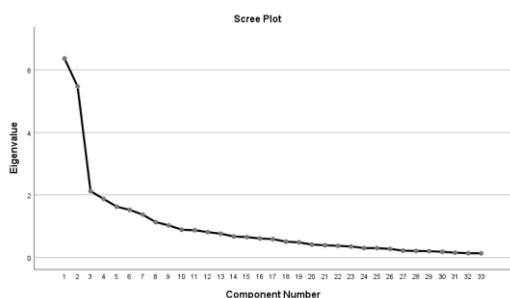
4.6 Hasil Communalities

Berdasarkan uji *Communalities* terhadap 35 instrumen yang digunakan dalam penelitian memiliki nilai *Extraction* antara 0.522 – 0.892, yang artinya seluruh instrument dalam penelitian dapat menjelaskan sebuah faktor karena *Extraction* setiap instrument > 0.50.

4.7 Total Variance Explained

Berdasarkan uji *Initial Eigenvalues* terhadap 35 instrumen yang digunakan dalam penelitian, maka *Total Variance Explained* yang diatas 1 ada 9 variabel dengan nilai Total 6.370 – 1.028. Maka faktor dominan yang muncul ada 9 faktor yang terbentuk.

4.8 Hasil Scree Plot



Gambar 2. *Scree Plot*

Sumber : Hasil olah data SPSS

4.9 Hasil Component Matrix dan Rotated Component Matrix

Berdasarkan uji *Component Matrix* muncul 9 faktor yang terbentuk dari hasil *Total Variance Explained* terhadap 35 instrumen yang digunakan dalam penelitian. 35 intrumen digunakan dalam penelitian ini akan dimasukan kedalam 9 faktor yang terbentuk, dengan melihat nilai korelasi antara masing-masing variable dengan faktor yang terbentuk.

4.10 Hasil Component Transformation Matrix

Berdasarkan uji *Component Transformation Matrix* terhadap 9 faktor yang telah terbentuk menunjukkan hasil *component 1* nilai kolerasinya 0.586 > 0.50, *component 2* nilai kolerasinya 0.936 > 0.50, *component 3* nilai kolerasinya 0.553 > 0.50, *component 4* nilai kolerasinya 0.751 > 0.50, *component 5* nilai kolerasinya 0.523 > 0.50, *component 6* nilai kolerasinya 0.522 > 0.50, *component 7* nilai kolerasinya 0.554 > 0.50, *component 8* nilai kolerasinya 0.559 > 0.50, dan *component 9* nilai kolerasinya 0.575 > 0.50. Maka factor 9 yang terbentuk dapat merangkung 35 instrumen yang digunakan dalam penelitian.

Berdasarkan olah data yang dilakukan menggunakan pengolahan datan SPSS, dapat dijelaskan bahwa penyebaran berita hoax melalui media social sangat terpengaruh oleh literasi media seseorang, bagaimana seorang dapat menyerap informasi dan ketelitian terhadap informasi yang diterima. Penyebaran berita hoax melalui media social juga didorong oleh motivasi yang muncul pada diri seseorang, hal ini terlihat dari data yang diperoleh, faktor motivasi mencangkupin 9 variabel berbeda, motivasi didasari rasa ingin berbagi hingga menjadikan sebuah profesi untuk menghasilkan pundi-pundi keuntungan. Sikap seseorang terhadap berita hoax yang diterima juga mempengaruhi jumlah penyebaran berita hoax di media social, setiap tindakan untuk mengmembagikan informasi yang diterima tanpa melakukan pengecekan terlebih dahulu menyebabkan berita hoax semakin banyak beredar di media social. Pentingnya pemahaman mengenai literasi media, agar lebih bijak dalam melakukan penyebaran berita di media social, banyak bertanya dan mencari informasi yang diterima dari sumber yang berbeda

V. KESIMPULAN

Berdasarkan analisis dan pembahasan dari data yang telah dilakukan, faktor-faktor yang mempengaruhi pengguna media social dalam menyebarkan berita hoax di Facebook, maka dapat ditarik sebuah kesimpulan bahwa melalui analysis faktor dapat diperoleh 9 faktor, faktor tersebut :

1. Faktor 1, faktor motivasi yang teridri dari variable Orang Terpercaya, variable Judul Berita, variable Manfaat Berita, variable Iseng, variable Pengaruh External, variable Penasaran, variable Menerima Bayaran, dan variable Membagikan.
2. Faktor 2, faktor pemahaman yang teridri dari variable Judul Berita, variable Website Berita, variable Akun Berita, variable Sumber Berita, dan variable Laporkan Berita
3. Faktor 3, faktor validasi yang teridri dari variable Kelengkapan Berita, variable Akun Berita, variable Alamat Website, dan variable Analisa Berita.
4. Faktor 4, faktor evaluasi yang teridri dari variable Tanya Langsung, variable Tanya Orang Lain, dan variable Membandingkan Berita
5. Faktor 5, faktor sifat konatif yang teridri dari variable Mengabaikan, variable Menghapus, dan variable Menegur.
6. Faktor 6, faktor mengenali yang teridri dari variable Kebenarana Berita, variable Membandingkan Berita, dan variable Media Berita.
7. Faktor 7, factor sifat afektif yang terdiri dari variable Baca Berita Haux, variable Merasa Terganggu, variable Barita Viral, dan variable Penasaran.
8. Faktor 8, factor memahami yang terdiri dari variable Membedakan dan Variabel Mengetahui.
9. Faktor 9, factor pemikiran yang terdiri dari variable Pemikiran.

VI. SARAN

Setiap penelitian yang dlakukan pasti memiliki keterbatasan, begitu pula dengan penelitian ini. Pertama, penelitian ini hanya terbatas pada media sosial Facebook saja, yang memiliki jumlah pengguna terbanyak di Indonesia. Namun, akan jauh lebih baik jika melibatkan media sosial lainnya, untuk melihat perbedaan antara *platform* yang berbeda juga. Kedua, penelitian ini hanya dibatasi untuk pengguna Facebook yang berdomisili di Kota Lubuklinggau, harapannya penelitian selanjutnya dapat memperluas jangkauan hingga melibatkan beberapa kota lain atau provinsi lainnya, untuk mendapatkan sudut pandang yang lebih luas. Domain yang muncul pada penelitian ini hanya bagian permukaanya saja. Invetigasi lebih lanjut dapat melihat lebih detil faktor-faktor yang mempengaruhi pengguna media sosial dalam menyebarkan berita hoax di Facebook dari sudut pandang yang berbeda di masa depan.

VII. DAFTAR PUSTAKA

- [1] M. I. Herdiyansyah, B. Intan, D. Syamsuar, L. Atika, and D. Diana, "Pemodelan Jaringan Green Supply Chain Kawasan Industri Kerajinan Jumptan," *Semin. Nas. Teknol. Inf. dan Komun.*, pp. 284–289, 2018.
- [2] S. Damayanti, E. S. Negara, and D. Diana, "EVALUASI TATA KELOLA TI PADA SEKRETARIAT DPRD PROVINSI SUMATERA SELATAN MENGGUNAKAN COBIT 5," *J. Bina Komput.*, vol. 1, pp. 90–100, 2019.
- [3] W. Newk, P. Dell, and J. Venable, "Understanding information disclosure behaviour in Australian Facebook users," *J. Inf. Technol.*, vol. 25, pp. 126–136, 2010.
- [4] Kemenkominfo, "Kominfo Identifikasi Hoax Selama April 2019,

- Total Hoax Sejak Agustus 2018 Sebanyak 1731,” 2019. [Online]. Available: https://kominfo.go.id/content/detail/18420/siaran-pers-no-95hmkominfo052019-tentang-kominfo-identifikais-486-hoaks-selama-april-2019-total-hoaks-sejaK-agustus-2018-sebanyak-1731/0/siaran_pers.
- [5] We Are Social, “Global Digital Report 2019,” 2019. [Online]. Available: <https://wearesocial.com/global-digital-report-2019>.
- [6] Suardi, “Antara Media Sosial dalam Komunikasi Politik,” *J. Risal.*, vol. 27, pp. 82–86, 2016.
- [7] Dwiza Riana, “Persepsi Hoax dalam Literasi Media di Kalangan Dosen dan Mahasiswa,” *eminar Implementasi UU ITE dalam Mencegah Hoax di Media Sos. dalam Menwujudkan Keadilan dan Ketertiban Umum*, vol. 25, pp. 1–27, 2017.
- [8] Stanley Oktavinus P, “Respon Karyawan PT . Pembangkitan Jawa-Bali Mengenai Isi Media Internal Info PJB,” *J. E-Komunikasi*, vol. 5, pp. 1–12, 2017.
- [9] S. Haryati, “Research and Development (R&D) Sebagai Salah Satu Model Penelitian dalam Bidang Pendidikan,” *Res. Dev. Sebagai Salah Satu Model Penelit. Dalam Bid. Pendidik.*, vol. 37, no. 1, pp. 11–26, 2012.
- [10] T. D. P. Harkespan and W. Cholil, “Analisa Kinerja Wireless Radius Server Pada Perangkat Access Point 802.11 g (Studi Kasus di Universitas Bina Darma),” *semantik*, vol. 3, 2013.
- [11] Sugiyono, *Analisis Data Kulaitatif Model Spradley*, Akademia P. Tulungagung: Akademia Pustaka., 2010.
- [12] Y. Sriyeni, D. Antoni, and M. Akbar, “Analisis Penerimaan dan Penggunaan Teknologi Computer Based Test (CBT) sebagai Media Ujian Online dengan Model Uified Theory of Acceptance And Use of Technology (UTAUT),” *Teknomatika*, vol. 8, 2018.
- [13] M. I. Nurhab, B. Nurhab, and A. N. E. Sari, “Analisis Faktor-Faktor Kunjungan Wisata dengan Faktor Analysis,” *Semnar Nas. PIKSI EKSI Ke-1*, vol. 1, pp. 1–12, 2015.