

## SIKAP REMAJA MENGENAI BERITA HOAX COVID 19 DI MEDIA SOSIAL

Agam Syaifullah<sup>1</sup>, Rosita Anggraini<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>*Ilmu Komunikasi, STIKOM InterStudi, Jakarta*

*Jl. Wijaya II No.62 Jakarta 12160*

<sup>1</sup>[agamgezap@gmail.com](mailto:agamgezap@gmail.com)

<sup>2</sup>[rosita.tagor@gmail.com](mailto:rosita.tagor@gmail.com)

**Abstrak.** Dengan semakin berkembangnya media sosial membuat penyebaran berita semakin mudah tanpa keterbatasan akses. Tetapi banyak juga berita tersebar yang belum dipastikan kebenarannya, informasi yang belum dipastikan kebenarannya dapat disebut dengan berita hoax. Sikap masyarakat, khususnya remaja, dalam menanggapi berita tersebut menjadi perhatian utama dalam penelitian ini, karena sikap yang baik juga sangat berpengaruh pada pemutusan rantai penyebaran *hoax*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sikap remaja mengenai berita *hoax* Covid 19 di media sosial Instagram. Konsep yang digunakan adalah sikap yang terdiri dari tiga komponen penting yaitu dimensi kognitif, dimensi afektif, dan juga dimensi konatif. Paradigma penelitian adalah positivisme dengan pendekatan kuantitatif. Metode penelitian adalah survei dengan jenis penelitian deskriptif. Populasi penelitian adalah siswa/i Sekolah Menengah Kejuruan Purnama 1 Jakarta yang berjumlah 80 orang. Teknik pengambilan sampel adalah sampel jenuh yaitu seluruh jumlah populasi diambil dan digunakan sebagai sampel penelitian. Pengumpulan data menggunakan tiga cara yaitu dengan penyebaran kuesioner, observasi, dan kepustakaan. Data yang peroleh diolah menggunakan program SPSS. Teknik analisis data menggunakan statistik deskriptif untuk mengkaji sebuah data melalui metode menjelaskan dan mengilustrasikan data yang didapat. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa pada dimensi kognitif, sebagian besar responden memiliki pengetahuan tentang berita *hoax* Covid 19 yang tersebar di media sosial Instagram. Pada dimensi afektif yang meliputi emosional responden lebih dari separuh jumlah responden lebih suka membaca dan mencari sebuah berita melalui media sosial Instagram dibanding media sosial lain. Pada dimensi konatif yang meliputi pola tingkah laku, lebih dari setengah responden bertindak tegas menolak membaca berita Covid 19 dari akun yang tidak valid di media sosial Instagram.

**Kata kunci :** Sikap, berita *hoax*, media sosial, remaja

**Abstract.** *This study aims to determine the attitudes of teenagers regarding the Covid 19 hoax news on Instagram social media. The concept used is an attitude which consists of three important components, namely the cognitive dimension, the affective dimension, and also the conative dimension. The research paradigm is positivism with a quantitative approach. The research method is a survey with a descriptive type of research. The population of the study was the students of the Purnama 1 Jakarta Vocational High School, which amounted to 80 people. The sampling technique is a saturated sample, that is, the entire population is taken and used as a research sample. Collecting data using three ways, namely by distributing questionnaires, observation, and literature. The data obtained were processed using the SPSS program. The data analysis technique uses descriptive statistics to examine data through the method of explaining and illustrating the data obtained. The results of this study indicate that on the cognitive dimension, most of the respondents have knowledge of the Covid 19 hoax news spread on Instagram social media. In the affective dimension which includes emotional respondents, more than half of the respondents prefer to read and search for news through Instagram social media than other social media. On the conative dimension which includes behavior patterns, more than*

*half of the respondents act firmly in refusing to read Covid 19 news from invalid accounts on Instagram social media.*

**Keywords:** *Attitude, hoax news, social media, teenager*

## 1. Pendahuluan

Semakin berkembangnya dunia sudah pasti diiringi oleh perkembangan teknologi yang semakin canggih pula, hal ini membuat teknologi mempermudah para manusia untuk memudahkan kegiatannya. Terutama teknologi di bidang komunikasi. Teknologi komunikasi yang berkembang pesat dari masa ke masa, bahkan para ahli sudah banyak menerangkan mengenai perkembangan teknologi di bidang komunikasi. Salah satunya pendapat teknologi komunikasi diartikan sebagai perangkat keras yang ada di sebuah organisasi dan nilai sosial yang di dalamnya kemungkinan individu dapat menggabungkan dan bersama – sama bertukar informasi kepada para pengguna yang lain (Kurnia, 2005).

Pada akhirnya teknologi komunikasi yang paling digemari oleh kalangan masyarakat remaja, karena kalangan remaja juga aktif menggunakan teknologi komunikasi media sosial untuk melakukan kegiatan sehari harinya. Remaja adalah kumpulan masyarakat yang rata rata usianya 10-19 tahun. Juga populasi remaja cukup besar 18,3% dari kurang lebih 43 juta jiwa. Golongan remaja macam-macam ada yang di dalam lingkungan sekolah maupun mereka yang berada di lingkungan masyarakat (Wulandari, 2014).

Media sosial adalah sarana atau wadah bagi para pengguna bisa mengekspresikan pendapatnya, saling bertukar informasi dan menciptakan suatu gagasannya sendiri yang bisa

dibaca oleh pengguna media sosial lainnya. Andreas kaplan dan Michael Heinlein berpendapat bahwa sebuah aplikasi kelompok dengan basis yang dibangun diatas dasar ideologi dan teknologi *web 2.0* dan yang sangat memperkenankan pembentukan dan pergantian *user generated content* (Putri et al., 2016).

Semakin canggih sosial media sudah beralih fungsi sebagai penyebaran berita yang biasa masyarakat baca di media cetak. Media sosial ini efektif untuk menyampaikan berita kepada seluruh masyarakat tanpa keterbatasan akses. Tapi banyak berita yang belum bisa dipastikan faktanya namun sudah terlanjur dibaca oleh masyarakat menyebabkan masyarakat memiliki opini yang salah terhadap suatu fenomena berita tertentu. Berita tersebut biasa disebut berita *hoax*. *Hoax* dapat diartikan sebagai informasi yang belum dapat dipastikan kebenarannya. Sedangkan pengertian informasi itu sendiri adalah kumpulan beberapa berita atau data yang sudah jelas berdasarkan fakta. Menurut data yang diperoleh *hoax* tersebar ke beberapa *web* jejaring sosial sebesar 34,90% dan 92,40% tersebar melalui media instagram, facebook, dan twitter. Data yang diperoleh dari lama *web* *Kominfo.go.id* ada sebanyak 800.000 situs penyebar *hoax*. *Hoax* juga tidak hanya tersebar dari media *online* tetapi dari media cetak dan media massa lainnya. Seperti data yang diketahui ada 1,20% radio, 5% media cetak dan 8,20% media televisi (Rahmadhany et al.,

2021). Sikap masyarakat dalam menanggapi berita tersebut menjadi perhatian utama dalam penelitian ini, karena respons yang baik juga sangat berpengaruh pada pemutusan rantai penyebaran *hoax*.

Pada masa pandemi di Indonesia yang sudah berlangsung selama 2 tahun ini menyebabkan masyarakat menggiring opini yang salah terkait upaya pemerintah dalam memperkenalkan vaksin pencegah *covid 19* yang kini difasilitasi kepada masyarakat luas untuk melindungi diri dari virus yang sedang beredar sekarang. Oleh karena itu banyak berita *hoax* yang beredar mengenai upaya pemerintah ini memberikan vaksin pada masyarakat, penyebaran berita *hoax* ini berkembang sejak awal mulai ditemukan vaksin guna mencegah penyebaran virus *covid 19*. Menurut data pada tanggal 16 september sampai dengan tanggal 16 desember 2020 terkait kasus *hoax* tentang vaksin ini ditemukan 12 berita yang dapat dihimpun dalam jangka waktu 4 bulan terakhir yang berkaitan dengan berita bohong yang beredar tentang vaksin *covid 19* ini (Priastuty et al., 2020).

Penelitian mengenai *hoax* dilakukan oleh Anissa Ramdhany, Anggi Adilla Safitri, Dr. Irwansyah (2021) berjudul Fenomena Penyebaran *Hoax* dan *Hate Speech* pada Media Sosial, menggunakan metode eksploratif, berfokus pada *hoax* dan *hate speech* di seluruh media sosial. Berbeda dengan jurnal, penelitian penulis fokus pada satu media sosial yaitu Instagram. Persamaan penelitian tersebut adalah sama-sama meneliti tentang *hoax* di media sosial.

Penelitian oleh Munzaimah M dan Fatimah Wardy Lubis (2020) yang berjudul Analisis Penggunaan Media Sosial dan Penyebaran *Hoax* di Kota Medan menggunakan metode kualitatif dengan teknik pengumpulan data wawancara dan diskusi kelompok. Perbedaan dengan penelitian yang sedang penulis lakukan adalah pada metode dan analisis. Metode dalam penelitian Munzaimah dan Lubis adalah kualitatif sedangkan penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dan analisis penelitian fokus pada media sosial Instagram. Persamaannya adalah sama-sama dengan fokus ide pokoknya mengenai berita *hoax* yang tersebar.

Penelitian oleh Chairunnisa Widya, Pawito, Andre N (2020) *Hoax* tentang vaksin *covid 19* di tengah media sosial. Pendekatan peneliti yang digunakan dalam penelitian tersebut adalah kualitatif dan fokus pada media sosial Facebook. Persamaan dengan penelitian yang sedang penulis lakukan adalah membahas topik yang sama yaitu *hoax*. Perbedaannya terletak pada pendekatan yang digunakan.

Dengan demikian tampak persamaan dan perbedaan pada penelitian yang sedang peneliti lakukan. Persamaannya adalah tentang berita *hoax* yang tersebar. Perbedaannya pada media sosial yang digunakan dan pada pendekatan penelitiannya.

Kemajuan teknologi membuat manusia lebih mudah dalam mencari informasi di jejaring sosial. serta cepatnya aliran berita *hoax* atau yang tidak memenuhi fakta menyebar luas ke para pengguna. *Hoax* adalah berita bohong atau berita yang sengaja

dibuat untuk memprovokasi pendapat masyarakat terhadap suatu fenomena. Hadirnya teknologi juga memudahkan para kalangan remaja atau pelajar untuk mempermudah kegiatan pendidikannya. Hal itu seiring dengan kegiatan remaja sehari-hari dalam mengakses media sosial untuk mencari suatu berita atau *trending* saat itu. *Hoax* adalah isu yang semarak berkembang pesat di kalangan masyarakat terutama *hoax* pada virus *covid 19* yang melanda negara ini lebih dari setahun lamanya. Berita *hoax* mengenai topik tersebut tersebar dibaca luas oleh remaja sehingga menggiring opini negatif dalam suatu fenomena tersebut, termasuk juga bagi remaja siswa SMK Purnama 1. Tentu berita *hoax* Covid 19 di media sosial Instagram memunculkan sikap tertentu di kalangan siswa siswi SMK Purnama. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui sikap remaja siswa SMK Purnama 1 Jakarta mengenai berita *hoax* Covid 19 di Instagram, dan untuk mengetahui sebaran sikap remaja siswa SMK Purnama 1 berdasarkan jenis kelamin, kelas, dan usia siswa.

## 2. Kajian Literatur

### Media Sosial

Media sosial adalah media *online* yang banyak digunakan oleh manusia untuk mempercepat kegiatan sehari-harinya seperti berinteraksi, mencari suatu informasi atau yang lainnya. Menurut usso, J. Watkins, L. Kelly, dan S. Chan (2008) media social merupakan sebuah instrument yang memberikan fasilitas kepada para pengguna untuk

mengakses apapun dengan mudah (Sanggabuwana & Andrini, 2018).

Media sosial adalah sebuah media daring dengan para pengguna dengan mudah berpartisipasi dan menciptakan hasil meliputi, blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual blog. Jejaring sosial dan blog merupakan bentuk media sosial paling umum yang sering dan banyak digunakan oleh masyarakat luas (Ruliana, et al., 2018).

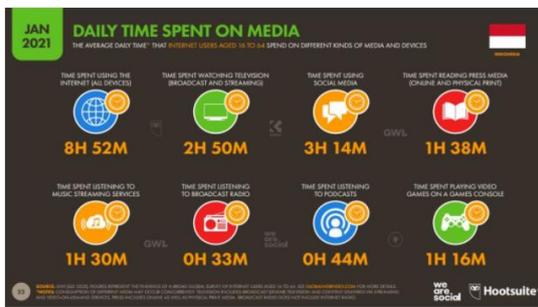
Media sosial menggunakan teknologi berbasis *web* yang mengalihkan komunikasi sebagai dialog interaktif. Chris Garet berpendapat bahwa media sosial merupakan sebuah instrument, atau pelayanan dan hubungan yang menyediakan koneksi diantara satu individu dengan lainnya yang mempunyai keperluan bersamaan dan keterikatan yang sama. Sedangkan, Sam Decker berpendapat bahwa media sosial merupakan *content* atau hubungan komunikasi digital yang dibuat antara satu individu atau lebih. Dalam hal ini bisa disimpulkan pada hakikatnya media sosial bisa dimiliki semua masyarakat diberbagai negara, media sosial membuat setiap orang menjadi terbuka mengenai pribadinya kepada publik bahkan kepada orang belum lama dikenal dari media sosial (Akbar, 2019).

Menurut Kietzmann, Jan H. (2011). Perkembangan teknologi media sosial di kalangan masyarakat sangat berkembang dengan pesat hal ini bisa dilihat dari beberapa pengguna situs jejaring sosial yang semakin hari semakin bertambah (Ruliana et al., 2018).

## Data Tren Pengguna Internet dan Media sosial di Indonesia Tahun 2021

Jumlah populasi pada data yang tertulis tersebut : 274,9 juta jiwa (57,0%). Dan pada data tersebut Jumlah pengguna *Handphone* unik sebesar: 345,3 juta jiwa (125,6%). Dan Jumlah pengguna internet sebesar: 202,6 juta jiwa (73,7%) serta Jumlah pengguna aktif di media sosial sebesar: 170 juta jiwa ( 61,8 %).

Berikut data waktu penggunaan media sebagaimana dijelaskan digambar yang ada dibawah :



(Sumber: Riyanto, 2021).

Rata-rata manusia mengakses internet dari perangkat mana pun selama : 8 jam 52 Menit. Dan juga rata rata manusia setiap waktu mengakses media digital. Orang Indonesia setiap hari melihat televisi (*broadcasting, streaming,* dan video permintaan selama: 2 jam 50 Menit. Menurut data yang tertulis juga pada umumnya manusia setiap hari mengakses media sosial lewat perangkat mana pun selama: 3 jam 14 menit. Dan umumnya setiap hari mendengarkan musik selama: 1 jam 30 menit. Dan yang terakhir rata-rata manusia setiap hari bermain video *game* selama: 1 jam 16 menit.

Berikut adalah data pengguna *platform* media sosial di Indonesia:



(Sumber: Riyanto, 2021).

## Platforms Media Sosial yang Banyak digunakan di Indonesia Tahun 2021 Media Sosial Instagram

Media sosial instagram adalah media sosial yang paling digemari menduduki posisi ke tiga setelah platform youtube dan whatsapp. *Survey* terkini membuktikan memang instagram merupakan *platform* sosial media yang digemari. Dengan 59% rata rata usia pengguna nya 18-29 tahun. Melalui media sosial instagram para pengguna dapat membagikan *moment* dengan format foto atau video yang di unggah di laman media sosial instagram milik pribadinya. Media sosial instagram juga menawarkan fitur yang menarik untuk para penggunanya seperti Instagram *story* dengan berbagai fitur kamera dan juga *Live*. Instagram juga dijadikan untuk tempat berbagi segalanya diinstagram pengguna bebas berbagi foto video di mana pun kapan pun tanpa dibatasi jarak dan waktu bersama *followers* nya. Dan tidak membatasi privasi penggunaan dalam menyebarkan momennya, pengguna instagram yang lain dapat melihatnya juga. Namun ini juga berdampak dengan budaya berlebihan dalam berbagai di dunia maya. (Sakti & Yulianto, 2018)

### **Berita Hoax**

Berita *hoax* merupakan kabar atau informasi bohong yang sengaja disebar oleh oknum tertentu untuk menggiring opini negatif para pembacanya. *Hoax* merupakan tindak kejahatan yang menarik untuk diteliti atau dikaji karena perpaduan antara kecanggihan teknologi, kejahatan *cyber* dan hukum. Dan dalam perkembangannya *hoax* didefinisikan sebagai wabah yang memberi permusuhan antara masyarakat yang dapat merusak persatuan bangsa. Menurut survei Mastel 2019 rata-rata masyarakat menerima berita *hoax* hampir setiap harinya pada laman media sosial mana pun. Dan berita *hoax* yang disebar melalui pesan teks sebesar 70,7%. Angka ini mengalami kenaikan yang cukup tinggi dibanding dengan survei tahun 2017 sebesar 57,90%. Kenaikan angka tersebut menggambarkan bahwa berita *hoax* yang menyebar lewat pesan *text* lebih populer dibandingkan melalui foto atau video. Hal ini juga disebabkan karena berita *hoax* melalui tulisan tidak memerlukan keterampilan khusus *editing* dalam membuatnya artinya siapa pun bisa membuatnya. *Hoax* juga bisa diciptakan untuk menarik sensasi dan perhatian publik. Hal ini dilakukan agar si pembuat berita *hoax* itu mendapat keuntungan dari masyarakat yang sering mengunjungi situs *hoax* tersebut. (Widyaningsih & Kuntarto, 2020).

Berita *hoax* yang tersebar di media sosial Instagram, terdapat dalam fitur postingan yang dilengkapi dengan foto atau video dan disertai teks besar dalam caption postingan tersebut yang

menjelaskan tentang berita *hoax* tersebut.

### **Sikap**

Gambaran sikap seseorang terhadap suatu objek selalu berperan sebagai perantara antara responnya dan objek yang bersangkutan, sikap juga mempengaruhi perilaku lewat suatu proses pengambilan keputusan (Hartono & Fauzi, 2019).

Sikap merupakan gambaran ekspresi dari seseorang terhadap sesuatu. Menurut Roger (2003) sikap merupakan suatu kecenderungan yang bisa mendorong atau menimbulkan perubahan pada tingkah laku seseorang pada suatu objek tertentu. Sikap manusia merupakan indikator utama yang mempengaruhi perilaku (tindakan) meskipun banyak faktor lainnya seperti faktor lingkungan pada individu tersebut. Menurut Azwar (1988) ada 3 komponen didalam sikap yaitu:

#### a. Komponen Kognitif

Komponen ini berisi tentang persepsi, kepercayaan *stereotype* dalam masyarakat tertentu. Kepercayaan atau persepsi orang tertentu itu mengenai suatu objek sikap berwujud pandangan (opini) dan sering kali merupakan *stereotype* atau sesuatu yang terlah terpolakan dalam pikirannya. Komponen kognitif ini tidak selalu akurat. Terkadang kepercayaan muncul karena ada nya informasi yang tepat mengenai suatu objek. Kebutuhan emosional bahkan sering merupakan determinan utama dari terbentuknya kepercayaan.

b. Komponen Afektif

Dalam komponen afektif ini melibatkan perasaan dan emosi. Reaksi emosional seseorang terhadap suatu objek akan membentuk sikap positif atau negatif terhadap objek tersebut. Reaksi emosional ini banyak ditentukan oleh kepercayaan terhadap suatu objek, yakni kepercayaan suatu objek baik atau tidak, bermanfaat atau tidak bermanfaat.

c. Komponen Konatif

Komponen konatif atau kecenderungan berperilaku (bertindak) dalam diri seseorang berkaitan dengan objek sikap. Perilaku seseorang dalam situasi tertentu dan dalam situasi menghadapi stimulus tertentu, banyak ditentukan oleh kepercayaan dan perasaannya terhadap stimulus tersebut. Kecenderungan berperilaku secara konsisten selaras dengan kepercayaan dan perasaan ini membentuk sikap individual (Zuchdi, 1995).

### Remaja

Remaja adalah fase yang dialami setiap anak pada umumnya, fase ini juga bisa disebut sebagai fase transisi di masa kanak-kanak menjadi fase menuju dewasa. Masa peralihan atau masa transisi ini diperlukan untuk para remaja mempelajari memikul beban tanggung jawabnya sendiri nanti dalam masa dewasa. *Social cognition* berkembang seiring dengan perkembangan remaja juga. *Social cognition* merupakan kemahiran dalam memahami orang lain. Karena hal ini remaja dapat mengerti

karakter individu lain yang unik, baik dan menyangkut secara pribadi. Pemahaman mengenai itu mendorong remaja dalam hubungan sosialnya dengan lingkungan sekitarnya (Fatmawaty, 2017).

Dalam hal ini remaja adalah masa dimana para orang tua harus terus mengawasi perkembangan pola lingkungan dan pola berpikir, karena biasanya remaja jauh lebih mudah mengambil keputusan yang singkat tanpa dipikir dahulu apa risiko dari setiap keputusan itu sendiri. Remaja selalu ingin menjadi pusat perhatian karena itu mereka selalu aktif dalam menggunakan media sosial yang tersedia di masa sekarang ini.

### 3. Metode

Paradigma penelitian ini adalah positivisme, dengan pendekatan kuantitatif. Metode penelitian adalah survei yaitu penghimpunan data melalui cara memilih beberapa objek penduduk tetapi bisa menggambarkan penduduk dengan mengamati keserasian antara total *variable*, akurasi tenaga, waktu juga biaya (Rojabi, 2019).

Jenis penelitian adalah penelitian deskriptif kuantitatif yang merupakan metode untuk mendeskripsikan, memaparkan atau merangkum berbagai keadaan, kondisi atau kejadian berdasarkan kondisi sebagai penanda tersedianya data yang difoto di interview, dilakukan pengamatan juga yang bisa dijelaskan dengan subjek dokumentasi (Thabroni, 2021).

## Populasi

Populasi merupakan sebuah subjek atau kepaduan suatu kelompok orang pada tempat serta waktu yang telah ditentukan oleh peneliti (Supardi, 1993). Populasi adalah keseluruhan subjek penelitian atau lebih populer disebut sebagai objek sasaran penelitian, populasi dapat berupa manusia, hewan, udara, gejala, sikap hidup dan sebagainya (Riyanto, 2017).

Populasi adalah kelengkapan data penelitian sebagai pusat perhatian dan menjadi sumber data penelitian. Dengan demikian penelitian ini harus diinterpretasikan dengan tepat dan jelas. Populasi penelitian ini ialah remaja di sekolah SMK PURNAMA 1 JAKARTA siswa Jurusan Multimedia kelas 10 berjumlah 33 orang. Kelas 11 terdiri dari dua kelas yaitu kelas a berjumlah 24 siswa, dan kelas b berjumlah 23 siswa. Jadi seluruh populasi sampel berjumlah 80 siswa.

## Sampel dan Teknik Sampel

Teknik sampel penelitian ini adalah *nonprobability sampling* dengan jenis sampel sensus atau sampel jenuh yaitu merupakan teknik pengambilan sampel bila yang digunakan seluruh populasi. Hal ini sering digunakan jika populasi relatif sedikit. Menurut Sugiyono (2018) sampling jenuh adalah teknik pengambilan sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel. Jadi jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 80 siswa dari jumlah keseluruhan populasi (Sopian & Suwartika, 2019).

Responden penelitian adalah siswa remaja berusia 15-17 tahun, remaja yang

menggunakan aplikasi Instagram, dan aktif mengikuti berita-berita tentang Covid 19.

## Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data penelitian kualitatif meliputi beberapa cara :

### a. Angket (*Kuesioner*).

Angket hampir sama dengan wawancara bedanya, wawancara dilakukan secara lisan sedangkan pengisian angket atau *kuesioner* dilakukan dengan cara responden memasukan data yang dituliskan oleh peneliti. Hasil data angket ini berupa deskripsi (Iryana Risky Kawasati, 2020).

### b. Observasi.

Selain teknik di atas, observasi termasuk cara analisis data kualitatif. Menurut Semiawan (2010) observasi adalah jenis dari pembentukan data observasi juga berarti pengumpulan data dari lokasi. Dan menurut Zainal Arifin Observasi merupakan proses yang didahului dengan proses penelitian lalu disambungkan dengan proses penulisan yang memiliki sifat sistematis, logis, objektif dan rasional terhadap berbagai kejadian dalam kondisi natural atau kondisi buatan (Krintanto, 2018).

### c. Dokumentasi

Teknik pengumpulan data dokumentasi adalah pengumpulan data secara tidak

langsung. Menurut Robert C. Bogdan berpendapat bahwa dokumen merupakan catatan-catatan peristiwa yang sudah berlalu, bisa berbentuk tulisan, gambar ataupun karya-karya lainnya. Studi dokumentasi merupakan cara memperoleh sebuah data dan mengkaji sebuah dokumen tertulis yang berupa gambar atau data (Yuniawati, 2013).

Teknik dan pengumpulan data penelitian ini menggunakan kuesioner observasi, dan dokumen.

### Operasionalisasi Konsep

Menurut Sugiyono (2015) pengertian operasional dalam sebuah penelitian merupakan ciri, sifat dan nilai pada objek yang memiliki variabel yang telah dipelajari peneliti untuk diambil menjadi sebuah kesimpulan. (Hayati, 2021) Operasional memaparkan sebuah teknik khusus yang bisa dipakai untuk mengkaji, dan memproses sebuah konstrak. Jadi dapat juga ditarik kesimpulan bahwa operasional merupakan pengertian yang dilandaskan karakter variabel yang diteliti. Operasional juga meliputi beberapa hal yang membutuhkan penjelasan.

Pada operasional konsep terdapat beberapa hal yaitu yaitu: (1) Variabel sikap. Sikap merupakan suatu ungkapan dari seseorang mengenai suka dan tidak sukanya terhadap suatu objek; (2) Dimensi spesifik yang terkandung dalam rencana. Dimensi sikap terdiri dari kognitif, afektif, dan konatif.

### Teknik Pengolahan Data

Teknik pengolahan data memakai aplikasi software *Statistical Product and Service Solution* (SPSS), program ini mempunyai kinerja dalam analisis statistik cukup tinggi dan dapat dengan mudah dipahami cara pengoperasiannya. Teknik pengukuran menggunakan skala *likert*. Setiap item dari instrumen yang dijawab diberi skor dari sangat mengetahui sampai tidak mengetahui sama sekali. Berikut ini Skor Skala *Likert*:

1 = Setuju	(S)
2 = Tidak setuju	(TS)
3 = Ragu-ragu	(RG)
4 = Sangat setuju	(SS)
5 = Sangat tidak setuju	(STS)

### Teknik Analisis Data

Analisis data dalam memakai teknik statistik deskriptif. Statistika deskriptif (Sugiyono, 2012) adalah statistika yang dipakai untuk mengkaji sebuah data melalui metode menjelaskan dan mengilustrasikan data yang telah didapat seperti adanya tanpa dengan sengaja membuat suatu kesimpulan yang berlaku pada khalayak dan generalisasi. Teknik statistik deskriptif terdiri dalam rata-rata (mean), standar (deviasi), minimum dan maksimum. Data dituliskan melalui beberapa tabel yaitu tabel distribusi frekuensi dan tabel silang.

### Uji Validitas

Sebuah data penelitian disebutkan valid jika sanggup menghitung apa yang hendak dihitung, berarti sebuah data tersebut sanggup

menjelaskan data dari variabel yang diteliti secara benar. Menurut Arikunto (1999) validitas merupakan suatu ukuran yang menunjukkan suatu tingkat keaslian suatu tes. Suatu penelitian dikatakan valid apabila penelitian itu mengukur apa yang hendak diukur (Sarana, 2019).

Perhitungan validitas memakai rumus product moment angka kasar yaitu:

$$r_{xy} = \frac{N \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{((N \sum x^2) - (\sum x)^2)((N \sum y^2) - (\sum y)^2)}}$$

$r_{xy}$  = hubungan dengan variabel X dan Y

$\sum X$  = total skor item

$\sum Y$  = total seluruh item

N = seluruh populasi

$\sum X^2$  = keseluruhan kuadrat tiap soal

$\sum Y^2$  = Jumlah kuadrat skor total

Ketentuan valid mempunyai koefisien dan hubungan  $r_{hitung} > r_{tabel}$  pada taraf signifikas  $\alpha = 0,05$  tes tersebut dinyatakan valid jika sebaliknya  $r_{hitung} < r_{tabel}$  maka tes tidak dinyatakan valid dan tes tersebut tidak dipakai.

### Uji Reliabilitas

Menurut Sugiono (2005), reliabilitas adalah serangkap pengukuran dan serangkap alat ukur yang mempunyai ketetapan jika pengukuran yang dilakukan dengan alat ukur itu dan dilakukan secara berulang-ulang. uji reliabilitas dimanfaatkan untuk mengukur atau menghitung, apakah alat pengukur yang digunakan dalam penelitian bisa diandalkan dan tetap konsisten jika pengujian itu diulang (Anwar Hidayat, 2012).

Pada penelitian ini menggunakan teknik *Alpha*. Menurut Ghazali (2011;133) jika nilai *Alpha* > 0,6 maka instrument dinilai reliable, namun jika < 0,6 maka instrumen tidak reliabel (Fanani et al., 2016).

## 4. Hasil dan Diskusi

**Tabel 1. Distribusi Frekuensi Identitas Responden**

Demografis		Fre k	Presen t
Jenis Kelami	Laki-laki	61	76,3%
	Perempua n	19	23,8%
Kelas	10	32	40%
	11	48	60%
Usia	15 Tahun	12	15%
	16 Tahun	29	36,3%
	17 tahun	39	48%

Responden penelitian adalah pelajar SMK Purnama 1 Jakarta yang berjumlah 80 orang. Pelajar laki-laki lebih banyak (76,3%) daripada pelajar perempuan (23,8%). Pelajar di kelas 11 lebih banyak (60%) daripada pelajar di kelas 10 yaitu 40%. Usia responden terbanyak (48%) berusia 17 tahun, sebanyak 36,3% berusia 16 tahun, dan selebihnya berusia 15 tahun (15%).

## Validitas dan Reliabilitas

**Tabel.2 Validitas**

Pertanyaan	R hitung	Ket
X1	,407	Valid
X2	,401	Valid
3	,573	Valid
X4	,546	Valid
X5	,431	Valid
X6	,674	Valid
X7	,733	Valid
X8	,512	Valid
X9	,636	Valid
X10	,534	Valid
X11	,572	Valid
X12	,701	Valid
X13	,616	Valid
X14	,572	Valid
X15	,680	Valid
X16	,683	Valid
X17	,504	Valid
X18	,594	Valid
X19	,669	Valid

Diketahui dalam penelitian ini nilai r tabel adalah N yaitu 80. R tabel dari 80 adalah 0,220 dengan koefisien kesalahan ketelitian sebesar 0,1. Dari tabel diatas seluruh poin tersebut dapat dinyatakan valid.

**Tabel. Cronbach Alpha. 3**

Variabel	Cronbach's Alpha
Sikap remaja terhadap berita <i>hoax</i> di instagram	0,889

Menurut perhitungan rumus *Cronbach's Alpha* ( $\alpha$ ). jika  $\alpha > 0,06$  maka data tersebut di anggap reliabel.

Maka dari itu variable dari penelitian ini di anggap reliabel.

## Sikap Remaja Terhadap Berita Hoax di Media Sosial Instagram.

Tabel distribusi frekuensi masing masing dimensi sebagai berikut:

**Tabel 4: Dimensi Kognitif**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid sangat tidak setuju	6	7,5	7,5	7,5
Tidak setuju	5	6,3	6,3	13,8
Ragu-ragu	21	26,3	26,3	40,0
Setuju	39	48,8	48,8	88,8
Sangat setuju	9	11,3	11,3	100,0
Total	80	100,0	100,0	

Pada tabel 4, dimensi kognitif, terbanyak responden menjawab setuju yaitu 39 orang (48,8%) dan responden yang menjawab ragu-ragu 21 orang atau 26,3%, sedang paling sedikit menjawab tidak setuju yaitu sebanyak 5 responden (6,3%).

**Tabel.5 Dimensi Afektif**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid sangat tidak setuju	2	2,5	2,5	2,5
Tidak setuju	12	15,0	15,0	17,5
Ragu-ragu	18	22,5	22,5	40,0
Setuju	41	51,2	51,2	91,3
Sangat setuju	7	8,8	8,8	100,0
Total	80	100,0	100,0	

Pada tabel 5, dimensi afektif, terbanyak responden menjawab setuju yaitu 41 orang (51,2%). Responden yang menjawab ragu-ragu 18 orang (22,5%), sedangkan paling sedikit menjawab tidak setuju yaitu sebanyak 12 responden (15%).

**Tabel. 6 Dimensi Konatif**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Tidak setuju	6	7,5	7,5	7,5
Ragu-ragu	8	10,0	10,0	17,5
Setuju	49	61,3	61,3	78,8
Sangat setuju	17	21,3	21,3	100,0
Total	80	100,0	100,0	

Pada tabel 6, dimensi konatif, terbanyak responden menjawab setuju yaitu 49 orang (61,3%). Responden yang menjawab ragu-ragu 8 orang (10%), sedangkan responden yang menjawab tidak setuju sebanyak 6 orang (7,5%)

Berikut ini adalah uraian mengenai *mean* dan standar deviasi dari indikator-indikator pada tiga dimensi dari variabel sikap responden.

**Tabel.7 Hasil Mean dan Standar Deviasi Dimensi Kognitif**

Pertanyaan	Mean	Std. Deviasi
Dimensi Kognitif		
X1	3,50	1,031
X2	3,68	0,935
X3	3,56	0,760
X4	3,47	0,927
X5	4,11	0,811

Dari hasil penelitian pada dimensi kognitif, nilai tertinggi (4,11) pada indikator X5: “Saya mengetahui bahwa dampak dari penyebaran berita *hoax* mengenai Covid 19 salah satunya adalah membuat masyarakat mudah panik”. Nilai terendah (3,47) pada indikator X4: “Saya mengetahui suatu berita

tentang Covid 19 itu *hoax* dengan melihat pada kolom komentar pengguna lain di laman penyebar berita tersebut”

**Tabel.8 Hasil Mean dan Standar Deviasi Dimensi Afektif**

Pertanyaan	Mean	Std. Deviasi
Dimensi Afektif		
X1	3,48	0,941
X2	3,38	0,961
X3	2,96	1,001
X4	3,47	0,940
X5	3,72	0,826
X6	3,08	0,916
X7	3,78	0,852
X8	4,08	0,798

Dari hasil penelitian pada dimensi afektif, nilai tertinggi (4,08) pada indikator X8: “Bagi saya berita *hoax* Covid 19 di Instagram dapat memperkeruh keadaan” Nilai terendah (2,96) pada indikator X3: “ Saya lebih suka membaca berita tentang Covid 19 di Instagram daripada membaca di media sosial lain”

**Tabel.9 Hasil Mean dan Standar Deviasi Dimensi Konatif**

Pertanyaan	Mean	Std. Deviasi
Dimensi Konatif		
X1	3,96	0,786
X2	3,85	0,784
X3	3,27	0,993

X4	3,83	0,947
X5	3,70	0,847
X6	3,87	0,946

Dari hasil penelitian pada dimensi konatif, nilai tertinggi (3,96) pada indikator X1 : “Saya membaca sampai selesai sebuah berita Covid 19 agar tidak terjadi kesalahpahaman informasi “ Nilai terendah (3,27) pada indikator X3: “Saya cenderung sering *repost* berita tentang Covid 19 di *Instastory* saya dari sumber akun-akun berita terpercaya”

**Tabel. 10 Hasil Uji Coba Crosstab Jenis Kelamin dan Dimensi kognitif**

Karakteristik	STS		TS		RG		S		SS		Total	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	f	%
Jenis kelamin												
Laki-laki	5	6%	5	6%	16	20%	28	35%	7	9%	61	76%
Perempuan	1	1%	0	0%	5	6%	11	14%	2	3%	19	24%
											80	100%

Pada tabel 10 silang jenis kelamin dan dimensi kognitif tampak bahwa responden laki laki yang memilih Setuju (S) sebanyak 28 orang ( 35 %) dan responden perempuan sebanyak 11 orang (14%) dengan total keseluruhan sekitar 39 orang (49%) responden memilih Setuju (S). Dengan demikian hampir separuh responden mengetahui apa itu berita *hoax*, tereduksi dan paham. Responden laki laki yang memilih jawaban Sangat Tidak Setuju (STS) sebanyak 5 orang (6%), dan hanya 1 orang (1%) responden perempuan.

**Tabel. 11 Hasil Uji Coba Crosstab Jenis Kelamin dan Dimensi Afektif**

karakteristik	STS		TS		RG		S		SS		TOTAL	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
Jenis Kelamin												
Laki-laki	2	3%	9	11%	13	16%	31	39%	6	8%	61	76%
Perempuan	0	0%	3	4%	5	6%	10	13%	1	1%	19	24%
											80	100%

Pada tabel 11 terlihat bahwa responden laki-laki yang memilih Setuju (S) sebanyak 31 orang (39%) pada pernyataan yang diberikan. Sedangkan responden perempuan berjumlah 10 orang (13%). Hal ini menunjukkan bahwa lebih dari separuh responden yaitu 41 orang (52%) memilih Setuju (S)

Tertarik membaca berita tentang Covid 19, tertarik menggunakan media sosial Instagram untuk mencari sebuah berita tentang Covid 19. Sebagian besar dari responden memiliki rasa peduli jika melihat berita tentang Covid 19 dan menganggap bahwa berita *hoax* Covid 19 dapat mempekeruh keadaan. Para responden yang memilih Setuju (S) juga memiliki ketertarikan dalam mengikuti akun-akun berita valid di Instagram.

Responden yang memilih Sangat Tidak Setuju (STS) pada pernyataan dalam dimensi Afektif hanya responden laki-laki yaitu sebanyak 2 orang (3%)

**Tabel. 12 Hasil Uji Coba Crosstab Jenis Kelamin dan Dimensi Konatif**

Karakteristik	STS		TS		RG		S		SS		TOTAL	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
Jenis Kelamin												
Laki -laki	0	0%	5	6%	7	9%	37	46%	12	15%	61	76%
Perempuan	0	0%	1	1%	1	1%	12	15%	5	6%	19	24%
											80	100%

Pada tabel 12 silang jenis kelamin dan dimensi konatif dapat

dilihat bahwa jumlah responden yang memilih Setuju (S) lebih dari separuh jumlah keseluruhan responden yaitu responden laki-laki berjumlah 37 orang (46%) dan responden perempuan berjumlah 12 orang (15%) dengan total keseluruhan 49 orang (61%) Hal ini menandakan bahwa para responden berperilaku tegas jika melihat suatu berita *hoax* Covid 19 dengan cara melaporkan akun tersebut untuk memutuskan rantai penyebaran berita *hoax* Covid 19 di Instagram. Para responden juga Setuju (S) bahwa mereka bereaksi dengan menegur akun *fake* atau palsu/tidak valid yang menyebarkan berita *hoax* tentang Covid 19 di Instagram.

Beberapa responden memilih Tidak Setuju (TS) berjumlah 5 orang (6%) responden laki-laki dan 1 orang (1%) responden perempuan. Total responden yang memilih Tidak Setuju (TS) adalah 6 orang (7%).

**Tabel. 13 Hasil Uji Coba Crosstab Kelas dan Dimensi Kognitif**

Karakteristik	STS		TS		RG		S		SS		TOTAL	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
10	4	5%	3	4%	11	14%	13	16%	3	4%	34	43%
11	2	3%	2	3%	10	13%	26	33%	6	8%	46	58%
											80	100%

Pada tabel 13 tampak responden kelas 11 yang memilih Setuju (S) sebanyak 26 orang ( 33 %) dan responden kelas 10 sebanyak 13 orang (16%) dengan total keseluruhan 39 orang (49%) responden memilih Setuju (S). Sedangkan responden kelas 10 yang memilih jawaban Sangat Tidak Setuju

(STS) sebanyak 3 orang (4%), dan hanya 2 orang (3%) responden kelas 11. Dengan demikian hampir separuh responden mengetahui, teredukasi dan paham apa itu berita *hoax*.

**Tabel. 14 Hasil Uji Coba Crosstab Kelas dan Dimensi Afektif**

Karakteristik	STS		TS		RG		S		SS		TOTAL	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
10	2	3%	1	1%	8	10%	20	25%	1	1%	32	40%
11	0	0%	11	14%	10	13%	21	26%	6	8%	48	60%
											80	100%

Pada tabel 14 terlihat bahwa responden kelas 10 yang memilih Setuju (S) sebanyak 20 orang (25%) pada pernyataan yang diberikan. Sedangkan responden kelas 11 berjumlah 21 orang (26%). Hal ini menunjukkan bahwa lebih dari separuh responden yaitu 41 orang (51%) memilih Setuju (S). Responden yang memilih Sangat Tidak Setuju (STS) pada pernyataan dalam dimensi afektif hanya responden kelas 10 yaitu sebanyak 2 orang (3%). Pada dimensi ini terlihat bahwa responden kelas 11 jauh lebih banyak menjawab Setuju (S) dibandingkan responden kelas 10. Namun hal ini juga menjelaskan bahwa hampir keseluruhan responden tertarik dalam membaca berita dan mencarinya di media sosial Instagram.

**Tabel. 15 Hasil Uji Coba Crosstab Kelas dan Dimensi Konatif**

Karakteristik	STS		TS		RG		S		SS		TOTAL	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
10	0	0%	1	1%	3	4%	23	29%	5	6%	32	40%
11	0	0%	5	6%	5	6%	26	33%	12	15%	48	60%
											80	100%

Pada tabel 15 dapat dilihat bahwa jumlah responden yang memilih Setuju (S) lebih dari separuh jumlah keseluruhan responden yaitu responden kelas 10 berjumlah 23 orang (29%) dan responden kelas 11 berjumlah 26 orang (33%) dengan total keseluruhan 49 orang (61%). Beberapa responden memilih Tidak Setuju (TS) yaitu 1 orang (1%) responden kelas 10 dan 5 orang (6%) responden kelas 11. Total responden yang memilih Tidak Setuju (TS) adalah 6 orang (7%).

Pada tabel dimensi konatif ini tampak bahwa responden kelas 11 jauh lebih banyak yang menjawab Setuju (S) dibandingkan dengan jumlah responden kelas 10. Namun hal ini tetap menandakan bahwa keseluruhan responden memiliki sikap yang tegas menolak membaca berita dari akun yang tidak valid di Instagram.

**Tabel. 16 Hasil Uji Coba Crosstab Usia dan Dimensi Kognitif**

Dimensi Kognitif												
Karakteristik	STS		TS		RG		S		SS		TOTAL	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
15 Tahun	1	1%	0	0%	6	8%	5	6%	0	0%	12	15%
16 Tahun	2	3%	4	5%	7	9%	12	15%	4	5%	29	36%
17 Tahun	3	4%	1	1%	8	10%	22	28%	5	6%	39	49%
											80	100%

Pada tabel 16, silan usia dan dimensi kognitif tampak bahwa responden berusia 15 tahun yang memilih Setuju (S) sebanyak 5 orang (6%) dan responden usia 16 tahun sebanyak 12 orang (15%) dan responden usia 17 tahun sebanyak 22 (28%) dengan total keseluruhan 39 orang (49%) responden memilih Setuju (S). Dengan demikian hampir separuh responden usia

17 tahun mengetahui dan paham apa itu berita *hoax* dan sisa nya responden usia 15 dan 16 tahun. Responden usia 15 tahun yang memilih jawaban Sangat Tidak Setuju (STS) hanya 1 orang (1%), responden usia 16 tahun yang menjawab STS sebanyak 2 orang (3%), dan responden usia 17 tahun sebanyak 3 orang (4%)

**Tabel. 17 Hasil Uji Coba Crosstab Usia dan Dimensi Afektif**

Dimensi Afektif												
Karakteristik	STS		TS		RG		S		SS		TOTAL	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
15 Tahun	0	0%	0	0%	4	5%	7	9%	1	1%	12	15%
16 Tahun	2	3%	6	8%	7	9%	11	14%	3	4%	29	36%
17 Tahun	0	0%	6	8%	7	9%	23	29%	3	4%	39	49%
											80	100%

Pada tabel 17 terlihat bahwa responden usia 15 tahun yang memilih Setuju (S) sebanyak 7 orang (9%) Sedangkan responden usia 16 tahun berjumlah 11 orang (14%) dan responden usia 17 tahun sebanyak 23 orang (29%) dengan total keseluruhan responden disegala usia yang memilih setuju (S) sebanyak 41 responden (52%). Responden yang memilih Sangat Tidak Setuju (STS) pada pernyataan dalam dimensi Afektif hanya responden usia 16 tahun yaitu sebanyak 2 orang (3%).

**Tabel. 18 Hasil Uji Coba Crosstab Usia dan Dimensi Konatif**

Dimensi Afektif												
Karakteristik	STS		TS		RG		S		SS		TOTAL	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
15 Tahun	0	0%	0	0%	2	3%	8	10%	2	3%	12	15%
16 Tahun	0	0%	3	4%	1	1%	20	25%	5	6%	29	36%
17 Tahun	0	0%	3	4%	5	6%	21	26%	10	13%	39	49%
											80	100%

Pada tabel 18 dapat dilihat bahwa jumlah responden yang memilih Setuju

(S) lebih dari separuh jumlah keseluruhan responden yaitu responden usia 15 tahun berjumlah 8 orang (10%), responden usia 16 tahun berjumlah 20 orang (25%) dan responden usia 17 tahun sebanyak 21 orang (26%) dengan keseluruhan responden 49 orang (61%). Beberapa responden memilih Tidak Setuju (TS) yaitu 3 orang (4%) responden usia 16 tahun, 3 orang (4%) responden usia 17 tahun. Total responden yang memilih Tidak Setuju (TS) adalah 6 orang (7%).

## 5. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis deskriptif tergambar bahwa dimensi kognitif, dimensi yang mengandung pengetahuan, menunjukkan sebagian besar responden mengetahui ciri-ciri berita *hoax* dan mengetahui bahwa ada berita *hoax* Covid 19 yang tersebar di Instagram.

Pada dimensi afektif, dimensi mengenai ketertarikan emosional, lebih dari setengah responden menyatakan bahwa berita *hoax* Covid 19 dapat memperkeruh suasana. Pada dimensi ini responden juga cenderung menyukai menggunakan media sosial untuk mencari berita tentang Covid 19.

Pada dimensi konatif, dimensi yang mengandung pola tingkah laku, sebagian besar dari seluruh populasi sampel responden menunjukkan respons dan tingkah laku yang tegas mengenai berita *hoax* Covid 19. Rata-rata responden memberikan respons menolak jika melihat berita yang tersebar bukan dari akun Instagram yang tidak valid.

Pada tabel *mean* dimensi kognitif, nilai *mean* tertinggi (4,11) pada

pernyataan X5: “Saya mengetahui bahwa dampak dari penyebaran berita *hoax* mengenai Covid 19 salah satunya adalah membuat masyarakat mudah panik”. Hal ini menunjukkan bahwa rata-rata responden paham dan mengerti tentang berita *hoax* Covid 19. Pada dimensi afektif, nilai *mean* tertinggi yaitu 4.08 pada pernyataan X8: “Bagi saya berita *hoax* Covid 19 di Instagram dapat memperkeruh keadaan “. Hal ini menjelaskan bahwa ketertarikan emosional responden dalam mencari tahu berita tentang Covid 19 di Instagram membuat responden mengetahui dampak dari penyebaran berita *hoax* Covid 19. Terakhir, pada dimensi konatif yang berhubungan dengan tingkah laku responden nilai *mean* tertinggi (3,96) pada pernyataan X1: “Saya membaca sampai selesai sebuah berita Covid 19 agar tidak terjadi kesalahpahaman informasi”. Hal ini menunjukkan bahwa responden memilih untuk membaca berita dengan cermat agar tidak terjadi kesalahpahaman saat meneruskan berita yang dibacanya ke orang lain.

Pada tabel silang dimensi kognitif dan jenis kelamin responden dapat dijelaskan bahwa sebagian besar responden laki-laki dan sebagian kecil responden perempuan menyetujui pernyataan yang berhubungan dengan pengetahuan responden mengenai berita *hoax* Covid 19. Hal ini berarti sebagian besar responden paham mengenai berita *hoax* Covid 19 yang tersebar di Instagram. Tabel silang dimensi afektif dan jenis kelamin respond juga menunjukkan hasil yang sama yaitu sebagian besar responden laki-laki dan

sebagian kecil responden perempuan menyetujui ketertarikan dalam membaca berita Covid 19 dan ketertarikan mengakses Instagram untuk mencari sebuah berita. Terakhir, dimensi konatif, menunjukkan hampir seluruh responden laki-laki dan sebagian besar responden perempuan menyetujui untuk bersikap tegas dan memilih menghindar membaca berita yang tersebar dari akun *fake*. Hal ini menjelaskan bahwa sebagian besar responden bijak dalam memilih berita yang akan dibaca dalam Instagram

Pada tabel silang kelas dan dimensi kognitif, dapat dilihat bahwa sebagian besar responden kelas 11 lebih banyak menjawab setuju dibanding responden kelas 10. Hal ini menunjukkan bahwa responden memahami bagaimana dan seperti apa berita *hoax* dengan baik. Pada tabel silang kelas dan dimensi afektif hampir sebagian besar responden menyukai mengakses media sosial Instagram untuk mencari sebuah berita. Sebagian besar responden kelas 11 memilih setuju dan sebagian kecilnya responden kelas 10. Pada tabel silang kelas pada dimensi konatif yang mengandung tingkah laku responden terlihat juga bahwa responden kelas 11 lebih banyak daripada responden kelas 10 dalam memilih jawaban setuju. Ini menunjukkan bahwa responden memiliki sikap tegas dan cermat dalam memilih sebuah berita yang hendak dibaca.

Pada tabel silang usia dan dimensi kognitif, responden yang memilih setuju terbanyak usia 17 tahun, dan sebagian kecil responden usia 15 dan 16 tahun. Pada tabel silang usia dan dimensi afektif setengah dari jumlah

responden usia 17 tahun memilih jawaban setuju. Pada tabel silang usia dan dimensi konatif, umumnya responden memilih jawaban setuju, utamanya responden yang berusia 17 tahun. Hal ini menunjukkan bahwa responden yang berusia 17 tahun umumnya tegas dan cermat dalam membaca berita.

Kesimpulan dari Artikel Jurnal Ilmiah ini bahwa remaja siswa siswi SMK Purnama 1 Jakarta, khususnya kelas 10 dan kelas 11 memiliki sikap yang baik dalam mengetahui berita *hoax*, ketertarikan dalam membaca berita dimedia sosial instagram, dan memiliki sikap yang tegas jika melihat berita *hoax* yang tersebar dimedia sosial instagram.

Saran dari peneliti terkait data yang diperoleh dalam penelitian ini adalah kejahatan *cyber* berita *hoax* ini berdampak ke beberapa masyarakat termasuk para remaja, sebaiknya kita semua sudah mulai memikirkan langkah awal pencegahannya dari memberikan workshop edukasi dari sekolah ke sekolah untuk mengedukasi para remaja tentang berita *hoax* yang menjadi kejahatan *cyber*, mungkin dapat diperkirakan berita *hoax* jika dibiarkan terus menerus akan menjadi hal yang sangat serius.

#### **Daftar Pustaka**

Akbar, R. S. (2019). Peran Media Sosial Dalam Perubahan Gaya Hidup

- Remaja. *Universitas Airlangga*, 1(1), 1–20. Retrieved From : [Http://Repository.Unair.Ac.Id/87338/5/Jurnal Rahmandika S A.Pdf](Http://Repository.Unair.Ac.Id/87338/5/Jurnal%20Rahmandika%20S%20A.Pdf)
- Anwar Hidayat. (2012). *Penjelasan Uji Reliabilitas Instrumen Lengkap*. Stastisikian. Retrieved From : <Https://Www.Statistikian.Com/2012/10/Uji-Reliabilitas-Instrumen.Html>
- Fanani, I. Djati. S. P. & Silvanita. K. (2016). Pengaruh Kepuasan Kerja Dan Komitmen Organisasi Terhadap Organizational Citizenship Behavior (Ocb) (Studi Kasus Rsu Uki). *Fundamental Managemen Journal*, 1(1), 40–53. Retrieved From : <Http://Ejournal.Uki.Ac.Id/Index.Php/Jm/Article/View/246>
- Fatmawaty. R. (2017). Memahami Psikologi Remaja. *Jurnal Reforma*, 2(1), 55–65. Retrieved From : <Https://Doi.Org/10.30736/Rfma.V6i2.33>
- Hartono, M. & Fauzi. R. (2019). *Hubungan Antara Kampanye Dengan Sikap Remaja*. Interstudi. Journal. Retrieved From : <Https://Www.Interstudi.Edu/Journal/Index.Php/Interscript/Article/Viawfile/348/113>
- Hayati. R. (2021). *Pengertian Definisi Operasional, Tujuan, Manfaat, Dan Contohnya*. Penelitianilmiah.Com. Retrieved From : <Https://Penelitianilmiah.Com/Definisi-Operasional/>
- Iryana Risky Kawasati. (2020). Teknik Pengumpulan Data Metode Kualitatif. *Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (Stain) Sorong*, 4(1). Retrieved From : [File:///C:/Users/Wanda/Downloads /Teknik Pengumpulan Data Metode Kualitatif.Pdf](File:///C:/Users/Wanda/Downloads/Teknik%20Pengumpulan%20Data%20Metode%20Kualitatif.Pdf)
- Kurnia. N. (2005). Perkembangan Teknologi Komunikasi Dan Media Baru: Implikasi Terhadap Teori Komunikasi. *Mediator: Jurnal Komunikasi*, 6(2), 291–296. Retrieved From : <Https://Doi.Org/10.29313/Mediator.V6i2.1197>
- Poppy Ruliana. Irwansyah. Suhendra Atmaja. Soebiagdo. R. (2018). *Pemanfaatan Media Sosial Dikalangan Usaha Kecil Dan Menengah (Ukm)Keramik Sentra Industri Keramik Plered Kabupaten Purwakarta*. Inter Komunika : Jurnal Komunikasi. Retrieved From :

- <https://journal.interstudi.edu/index.php/interkomunika/article/view/185/pdf>
- Priastuty. C. W. Rahmanto. A. N. Maret. U. S. Surakarta. K. Maret. U. S. Surakarta. K. Maret. U. S. & Surakarta. K. (2020). Hoaks Tentang Vaksin Covid-19 Di Tengah Media Sosial. *Prosiding Seminar Nasional Unimus*, 3, 391–399. Retrieved From : <https://prosiding.unimus.ac.id/index.php/semnas/article/view/641>
- Putri. W. S. R. Nurwati. N. & S. M. B. (2016). Pengaruh Media Sosial Terhadap Perilaku Remaja. *Prosiding Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat*. 3(1). Retrieved From : <https://doi.org/10.24198/jppm.v3i1.13625>
- 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. Retrieved From : <https://doi.org/10.47233/jteksis.v3i1.182>
- Riyanto. (2017). *Efektivitas Media Internet Terhadap Kepuasan Khalayak Media*. Inter Komunika : Jurnal Komunikasi. Retrieved From : <https://journal.interstudi.edu/index.php/interkomunika/article/view/16/pdf>
- Riyanto. A. D. (2021). *Indonesian Digital Report 2021*. Andi.Link. Retrieved From : <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2021/>
- Rojabi. A. (2019). *Penelitian Survei (Metodologi Penelitian)*. Medium. Retrieved From : <https://medium.com/@afdanrojab/survey-research-research-methodology-c4d3aa5d1bb5>
- Ruliana. P. Irwansyah. I. Atmaja. S. Soebiagdo. S. & Riyanto. R. (2018). Pemanfaatan Media Sosial Dikalangan Usaha Kecil Dan Menengah (Ukm) Keramik Sentra Industri Keramik Plered Kabupaten Purwakarta. *Interkomunika*, 3(1), 100. Retrieved From : <https://doi.org/10.33376/ik.v3i1.185>
- Sakti. B. C. & Yulianto. M. (2018). Penggunaan Media Sosial Instagram Dalam Pembentukan Identitas Diri Remaja. *Interaksi-*

- Online*, 6(4), 1–12. Retrieved From :  
<https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/interaksi-online/article/view/21950>
- Sanggabuwana. D. & Andrini. S. (2018). Dampak Media Sosial Terhadap Usaha Kecil Dan Menengah (Ukm) Sentra Industri Keramik Plered, Kabupaten Purwakarta. *Interkomunika*, 2(2), 172. Retrieved From :  
<https://doi.org/10.33376/ik.v2i2.37>
- Sarana. (2019). 20+ *Pengertian Validitas Dan Reliabilitas Instrumen Menurut Para Ahli Lengkap*. Weschool.Id. Retrieved From :  
<https://www.weschool.id/20-pengertian-validitas-dan-reliabilitas-instrumen-menurut-para-ahli-lengkap/>
- Sopian. D. & Suwartika. W. (2019). Pengaruh Sistem Informasi Akuntansi Dan Sistem Pengendalian Internal Terhadap Kinerja Karyawan. *Jsma (Jurnal Sains Manajemen Dan Akuntansi)*, 11(2), 40–53. Retrieved From :  
<https://doi.org/10.37151/jsma.v11i2.5>
- Supardi. S. (1993). Populasi Dan Sampel Penelitian. *Unisia*, 13(17), 100–108. Retrieved From :  
<https://doi.org/10.20885/unisia.vol13.iss17.art13>
- Thabroni. G. (2021). *Metode Penelitian Deskriptif: Pengertian, Langkah & Macam*. Serupa.Id. Retrieved From :  
<https://serupa.id/metode-penelitian-deskriptif/>
- Widyaningsih. R. & Kuntarto. (2020). Motivasi Penyebaran Berita Hoax. *Pengembangan Sumber Daya Perdesaan Dan Kearifan Lokal Berkelanjutan*, 209–215. Retrieved From :  
<http://jurnal.lppm.unsoed.ac.id/ojs/index.php/prosiding/article/view/1353>
- Wulandari. A. (2014). Karakteristik Pertumbuhan Perkembangan Remaja Dan Implikasinya Terhadap Masalah Kesehatan Dan Keperawatannya. *Jurnal Keperawatan Anak*, 2, 39–43. Retrieved From :  
<https://jurnal.unimus.ac.id/index.php/jka/article/view/3954>
- Yuniawati. D. L. (2013). *Teknik Dokumentasi Teknik Pengumpulan Data*. 123dok. Retrieved From :  
<https://text->

Id.123dok.Com/Document/7q02d6  
rxy-Teknik-Dokumentasi-Teknik-  
Pengumpulan-Data.Html