

Pengaruh Berita Hoax Vaksin Covid-19 terhadap Sikap Masyarakat untuk Menerima Vaksin (Survei Pada Masyarakat di Kelurahan Jatinegara)

Martika Sella Br Purba¹⁾ Salman²⁾

Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi dan Humaniora, Universitas Kalbis

Jalan Pulomas Selatan Kav. 22, Jakarta 13210

¹⁾ Email: martikasella135@gmail.com

²⁾ Email: salman.naning@kalbis.ac.id

Abstract: Vaccine hoax news circulating on social media Facebook. The hoax news stated that it contained pork oil and microchips thus making people afraid to receive the vaccine. This study aims to determine whether or not there is an influence of the Covid-19 vaccine hoax news on people's behavior in Jatinegara Village. This research uses stimulus response theory. The research approach uses quantitative research with an explanatory type. Samples were taken as many as 150 respondents. The researcher concluded that there was an effect of the Covid-19 vaccine hoax news on people's attitudes to receiving vaccines in the Jatinegara village. Based on the data obtained from the calculation of the questionnaire, the hoax news variable shows that people are affected by hoax news. However, the percentage result of 21.3% can be said that the influence of hoax news is not large enough to influence people's attitudes.

Keywords: facebook, hoax news, public attitudes, vaccines

Abstrak: Berita hoax vaksin yang banyak beredar di media sosial Facebook. Berita hoax tersebut menyatakan bahwa terdapat kandungan minyak babi dan microchip dengan begitu membuat masyarakat takut untuk menerima vaksin. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh berita hoax vaksin Covid-19 terhadap perilaku masyarakat di Kelurahan Jatinegara. Penelitian ini menggunakan teori stimulus respons. Pendekatan penelitian menggunakan penelitian kuantitatif dengan jenis eksplanatif. Sampel yang diambil sebanyak 150 responden. Peneliti menyimpulkan bahwa adanya pengaruh berita hoax vaksin Covid-19 terhadap sikap masyarakat untuk menerima vaksin di kelurahan Jatinegara. Berdasarkan data yang diperoleh dari perhitungan kuesioner, pada variabel berita hoax menunjukkan masyarakat terpengaruh oleh berita hoax. Namun, hasil persentase sebesar 21,3% dapat dikatakan pengaruh berita hoax tidak cukup besar untuk memengaruhi sikap masyarakat.

Kata kunci: berita hoax, facebook, sikap masyarakat, vaksin

I. PENDAHULUAN

Vaksin yang digunakan di Indonesia yang disebutkan oleh Kompas.com (arnani, 2021) yaitu ada 8 jenis vaksin yang sudah mendapatkan ijin BPOM yaitu Vaksin Sinovac, Vaksin Astrazeneca, Vaksin Pfizer -Biontech, Vaksin Moderna, Vaksin Sinopharm, Vaksin Johnson dan Johnson, Vaksin

Cansino, Vaksin Sputnik V. Semua vaksin di atas telah ditanggung oleh pemerintah sehingga masyarakat bisa mendapatkan vaksin secara gratis.

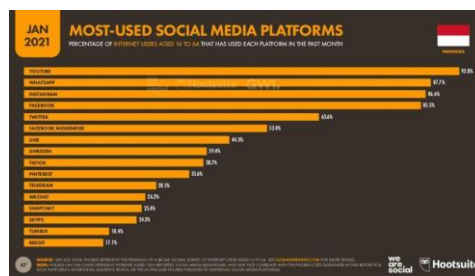
Tidak hanya memberikan secara gratis, pemerintah juga melakukan edukasi terhadap vaksin yang telah disediakan, termasuk informasi yang valid mengenai vaksin. Meski sudah dilakukannya

edukasi, namun ternyata masih banyak berita *hoax* yang muncul. *Hoax* dikenal masyarakat sebagai kabar bohong yang ditemui sejak mengakses media sosial. *Hoax* pertama dikemukakan dalam buku *Museum Of Hoaxes* yang ditulis oleh Alexander Boese yakni *hoax* tentang almanak atau penanggalan palsu yang dibuat Isaac Bickerstaff alias Jonathan Swift pada 1709. *Hoax* ini sengaja dibuat oleh orang yang tidak bertanggung jawab agar informasi yang ia buat seolah-olah benar agar masyarakat percaya kepada informasi tersebut. Seiring perkembangan zaman *hoax* semakin mudah menyebar melalui *smartphone*. Sampai saat ini banyak sekali masyarakat yang percaya terhadap berita *hoax*.

Seiring dengan berkembangnya berita *hoax* yang beredar di masyarakat pada saat ini, menjadi sangat didukung dengan kemajuan teknologi khususnya yang berbasis digital. Salah satunya adalah teknologi informasi. Teknologi informasi saat ini membantu memudahkan dalam mengakses suatu informasi. Masyarakat dapat mengakses informasi tersebut melalui media *online* yang sudah tidak asing lagi. Media *online* biasanya digunakan untuk berkomunikasi dengan jaringan internet. Khalayak dapat mencari berbagai informasi di media *online* setiap hari. Media *online* menyediakan informasi dengan mudah dan cepat yaitu media sosial *Facebook*.

Facebook termasuk media sosial yang banyak digunakan oleh masyarakat dari berbagai kalangan usia. Kompas.com (Shalihah, 2021) *Facebook* pertama kali muncul pada tanggal 4 Februari 2004. Kemunculan *Facebook* ini banyak mengundang perhatian masyarakat di seluruh dunia. Sejak adanya pandemi Covid-19, mengakibatkan penggunaan aplikasi *Facebook* semakin meningkat dalam setiap harinya. Hal ini dikarenakan

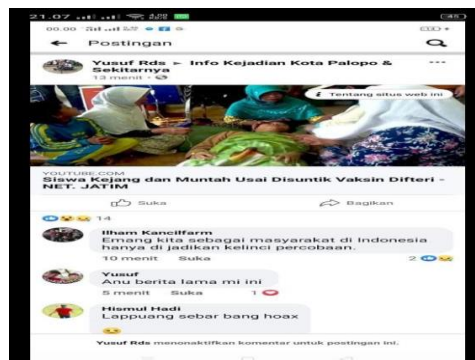
masyarakat tidak bisa beraktifitas di luar rumah selama pandemi Covid-19. Menurut media Kompas (Shalihah, 2021).com ada sekitar 1,84 miliar orang yang dalam setiap harinya mengakses *Facebook*.



Gambar 1 Pengguna Media sosial

Sumber : Detik.com (Haryanto, 2021)

Di media online *Facebook* terdapat berbagai macam informasi berupa tulisan, gambar atau pun video. Hal ini dikarenakan media *online* menjadi salah satu kebutuhan masyarakat. Jadi zaman sekarang ini, remaja sampai dewasa tidak bisa jauh dari media *online* dalam setiap harinya. Namun informasi yang beredar masih banyak yang kebenarannya tidak bisa dipertanggungjawabkan. Maka dari itu, banyak masyarakat mendapatkan informasi yang tidak akurat dari berbagai media *online*. Dari situlah berita *hoax* tersebar dan mempengaruhi masyarakat.



Gambar 1 Postingan Hoax di Facebook

Sumber: Diambil dari akun Facebook milik Yusuf Rds

Seperti pada gambar 2 di atas, diambil dari postingan pengguna media Facebook bahwa seseorang membagikan postingan ke salah satu grup di Facebook. Dari postingan di atas, pengguna media sosial mengambil berita itu dari Youtube lalu membagikannya ke Facebook. Setelah postingan tersebut dibagikan, lalu seseorang berkomentar di postingan dengan menuliskan “emang kita sebagai masyarakat di Indonesia hanya dijadikan kelinci percobaan”. Padahal dari berita di atas belum diketahui kebenarannya kalau berita siswa meninggal setelah menerima vaksin. Tetapi masyarakat langsung membagikan berita tersebut.

Seseorang yang tidak bertanggung jawab telah membagikan postingan *hoax* di media Facebook tentang siswa kejang-kejang dan muntah setelah divaksin. Kemunculan berita tersebut membuat masyarakat menjadi percaya dengan berita itu sehingga memberikan dampak yang negatif bagi para pembaca berita tersebut. Seperti yang diketahui bahwa *hoax* ini bertujuan untuk mempengaruhi masyarakat untuk tidak mau divaksin. Biasanya *hoax* ini sengaja dibuat oleh seseorang yang tidak bertanggungjawab supaya menipu pembaca dan menggiring opini publik sehingga mempengaruhi pemikiran individu. Oleh karena itu *hoax* dapat dimasukkan ke dalam ruang lingkup pidana karena telah menyebarkan berita kebohongan kepada seluruh masyarakat.

II. METODE PENELITIAN

A. Landasan Teoritis

Penelitian ini menggunakan teori S-R (Stimulus Respon) yang mana merupakan teori yang sederhana. Prinsip stimulus-respons ini merupakan dasar

dari teori jarum hipodermik, teori klasik mengenai proses terjadinya efek media massa yang sangat berpengaruh. Dalam penelitian ini teori jarum hipodermik merupakan teori yang sangat mempengaruhi masyarakat melalui pemberitaan media massa diibaratkan sebagai obat yang disuntikkan ke dalam pembuluh darah masyarakat, yang kemudian Masyarakat akan beraksi seperti yang diharapkan.

Teori peluru atau teori jarum suntik merupakan teori awal mengenai komunikasi massa yang lahir pada menjelang perang dunia ke 1 dan digunakan sampai perang dunia ke 2. Pada saat perang dunia tersebut Jerman berhasil meyakinkan masyarakat untuk mendukung penguasa, dengan situasi ini memberikan pengaruh kepada teori komunikasi massa dan muncullah teori yang diberi nama stimulus-respons. Teori tersebut merupakan teori yang paling tua dan yang paling dasar dalam komunikasi massa modern. Dalam teori peluru ini, jika mengirim pesan sama dengan tindakan yang menyuntikkan obat yang bisa langsung masuk ke dalam jiwa penerima pesan. Menurut Morissan (2013) sebagaimana peluru yang ditembakkan dan langsung masuk ke dalam tubuh.

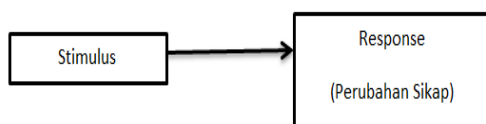
Menurut Melvin DeFlur berpendapat bahwa media menyajikan stimuli perkasa yang secara seragam diperhatikan oleh massa. Teori S-R ini menggambarkan proses komunikasi sederhana yang hanya melibatkan media massa dan penerima pesan. Menurut Morisson (2013) media massa mengeluarkan stimulus dan penerima menanggapi dengan menunjukkan respon sehingga dinamakan stimulus-respons. (Hardiani, 2013). Model S-R mengasumsikan bahwa kata-kata verbal (lisan-tulisan), isyarat-isyarat nonverbal,

gambar-gambar dan tindakan-tindakan tertentu akan merangsang orang lain untuk memberikan respons dengan cara tertentu. Maka dari itu teori ini dapat sebagai pertukaran informasi.

Dengan demikian teori S-R ini bersifat timbal balik dan mempunyai efek yang dapat mengubah tindakan komunikasi. (Rizqi, Lestari, & Wiendijarti, 2017). Teori ini mengatakan bahwa rakyat benar-benar rentan terhadap komunikasi massa dan apabila pesan tepat pada target maka akan mendapat efek yang diinginkan. Media massa diibaratkan sebagai jarum suntik yang besar yang memiliki kapasitas sebagai perangsang (S) yang aman kuat dan menghasilkan tanggapan (R) yang kuat juga secara spontan, otomatis dan reflektif. (Oktarina & Y, 2017).

Ada 2 unsur-unsur dalam model ini yaitu :

- a. Pesan (Stimulus)
Stimulus dalam penelitian ini adalah pada saat ini berita hoax vaksin Covid-19 semakin banyak beredar di media *Facebook*
- b. Efek (Respons) R
Dari respons ini, bisa lihat bagaimana sikap masyarakat dalam menanggapi berita hoax vaksin Covid-19 yang tersebar di media *Facebook* sehingga mau divaksin.



Gambar 3 Teori Stimulus Respons (S-R)

Sumber : (Effendy, 2007)

Pada gambar 3 menjelaskan bahwa stimulus dalam penelitian ini yaitu berita hoax vaksin Covid-19 semakin banyak beredar di media Facebook dan respons pada penelitian ini bagaimana sikap masyarakat dalam menanggapi berita hoax vaksin Covid-19 yang tersebar di media Facebook sehingga mau divaksin.

B. Landasan Konseptual

▪ Komunikasi Massa

Komunikasi massa merupakan proses komunikasi yang berlangsung dimana komunikannya tersebar luas dan berjumlah besar. Komunikasi massa ialah proses penyampaian pesan yang disalurkan melalui pemancar dan pesan yang dihasilkan berupa audio atau audio visual. Menurut Severin dan Tankard, Jr komunikasi massa adalah keterampilan, seni, dan ilmu (Nurudin, 2018). Dalam penelitian ini komunikasi merupakan berita yang dibuat oleh media lalu disampaikan komunikator kepada masyarakat melalui media massa seperti televisi, radio, dan berita online.

▪ Media Sosial

Media sosial menurut Boyd (2009) sebagai kumpulan perangkat lunak yang memungkinkan individu maupun komunitas untuk berkumpul, berbagi, berkomunikasi, dan dalam kasus tertentu saling berkolaborasi atau bermain. Media sosial memiliki kekuatan pada user-generated content (UGC) di mana konten di hasilkan oleh pengguna, bukan oleh editor sebagaimana di institusi media. Media sosial menurut Mandibergh (2012) media sosial adalah media yang memungkinkan terjadinya kolaborasi antara pengguna yang membuat konten

(user generated content). Menurut Meike dan Young (2012), media sosial adalah konvergensi antara komunikasi pribadi dalam arti berbagi di antara individu (*to be shared one-to-one*) dan media publik yang dapat dibagikan kepada siapa saja kekhususan individu (Nasrullah, 2017). Menurut peneliti media sosial adalah media yang digunakan masyarakat untuk berkomunikasi dan berpartisipasi dengan masyarakat melalui media sosial seperti Facebook, Instagram, Youtube dll. Dengan munculnya media sosial tersebut masyarakat lebih mudah untuk berkomunikasi dengan jarak jauh dan lebih mudah untuk mendapatkan informasi yang terbaru.

▪ **Facebook**

Facebook adalah salah satu aplikasi yang saat ini sangat memainkan peranan yang penting dalam kehidupan komunikasi masyarakat. Melalui facebook, orang dari berbagai belahan dunia bisa saling berkomunikasi satu dengan yang lain. Facebook merupakan salah satu jejaring sosial yang sampai saat ini digandrungi oleh semua kalangan masyarakat, mulai dari anak-anak hingga orang dewasa (Filmon et al., 2019). Dalam penelitian ini media *Facebook* adalah media sosial yang digunakan masyarakat untuk mempublikasikan aktivitas mereka dalam sehari-hari, konten dan foto profil dan bisa juga saling berkomentar sesama pengguna. Melalui media *Facebook* pengguna juga bisa berkomunikasi secara jarak jauh dan berjualan online.

▪ **Hoax**

Hoax diartikan sebagai suatu tindakan yang bertujuan untuk membuat seseorang mempercayai sesuatu yang tidak benar terutama sesuatu yang tidak menyenangkan. (Rahayu & Sensusiyati, 2021). Salah satu contoh pemberitaan palsu yang paling umum adalah mengklaim sesuatu barang atau kejadian dengan suatu sebutan yang berbeda dengan barang/ kejadian sebetulnya. Definisi lain menyatakan hoax adalah suatu tipuan yang digunakan untuk mempercayai sesuatu yang salah dan seringkali tidak masuk akal yang melalui media online (Hidaya et al., 2016). Dalam penelitian ini *hoax* adalah informasi yang berasal dari pihak yang tidak bertanggung jawab dan informasinya belum tentu benar, tetapi dibuat rekayasa supaya menutupi informasi sebenarnya sehingga masyarakat percaya dengan berita tersebut.

Menurut Majalah Tempo sebagaimana dikutip dalam Gunawan dan Ratmono, (2018: 4), beberapa ciri-ciri hoax, yaitu:(Filmon et al., 2019).

- Berita yang disajikan itu berita palsu atau tidak akurat
- Berita yang diterbitkan sangat berlebihan atau bagian-bagian tertentu dihilangkan
- Tulisan dan gambar tidak sesuai
- Judul tidak sesuai isi didalam berita yang dipublikasikan
- Memuat kembali peristiwa lama dan menjadikannya seolah-olah peristiwa aktual dengan tujuan untuk mendukung isu yang sedang ramai diperbincangkan di masyarakat.

- Sengaja dimuat dalam bentuk foto yang lain dan diubah untuk mendukung berita yang sedang ramai di media.

▪ **Perilaku Masyarakat**

Perilaku masyarakat merupakan hasil dari pada segala macam pengalaman serta interaksi manusia dengan lingkungannya yang terwujud dalam bentuk pengetahuan, sikap dan tindakan. Dengan kata lain, perilaku merupakan respon/reaksi seorang individu terhadap stimulus yang berasal dari luar maupun dari dalam dirinya. Respon ini dapat bersifat pasif (tanpa tindakan : berpikir, berpendapat, bersikap) maupun aktif (melakukan tindakan) (Filmon et al., 2019). Menurut peneliti kesimpulan perilaku masyarakat adalah suatu tindakan atau tingkah laku yang dilakukan baik disadari maupun tidak disadari oleh masyarakat itu sendiri. Dalam suatu lingkungan masyarakat, tentunya setiap individu memiliki pengalaman masing-masing dan dari pengalaman tersebut menimbulkan perilaku atau tingkah laku masyarakat yang berbeda. Sering kali, masyarakat bertindak terhadap suatu peristiwa yang menggerakkan mereka bertindak lebih lanjut untuk meresponi peristiwa tersebut

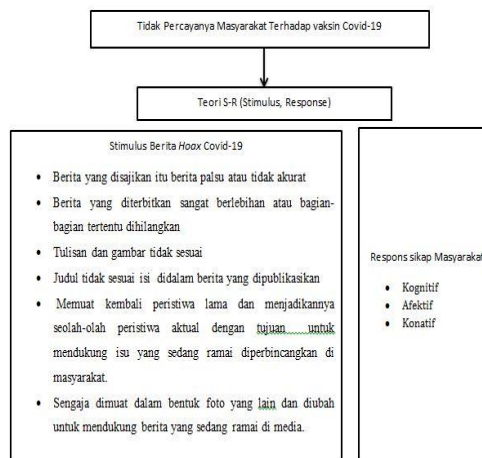
Adapun komponen-komponen sikap sebagai berikut ini.

- Komponen Kognitif merupakan kategori-kategori yang digunakan dalam berpikir. Misalnya sikap masyarakat terhadap vaksin Covid-19, komponen kognitif dapat meliputi beberapa informasi tentang kegunaan vaksin, jenis

vaksin serta ukuran dan kandungan dalam vaksin tersebut.

- Komponen Afektif merupakan perasaan atau emosi seseorang terhadap objek, terutama penilaian. Misalnya masyarakat khawatir untuk divaksin karena meyakini kebenaran vaksin Covid-19 mengandung minyak babi dan *microchip*.
- Komponen Konatif (perilaku) merupakan kesiapan seseorang untuk bereaksi atau kecenderungan untuk bertindak terhadap objek. Misalnya kecenderungan masyarakat untuk tidak mau divaksin (Hutagalung, 2018).

C. Kerangka Berpikir



Gambar 4 Kerangka Pemikiran

Sumber : Olahan Peneliti (2021)

D. Desain Penelitian

Pendekatan yang digunakan adalah kuantitatif. Pendekatan penelitian Kuantitatif merupakan riset

yang datanya merupakan dalam bentuk angka (Kriyantono, 2015). Pendekatan penelitian kuantitatif ini juga dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berdasarkan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2013). Prosedur riset bisa juga dibidang dengan rasional-empiris karena dilandasi oleh teori-teori atau konsep-konsep. Pengumpulan data di lapangan bertujuan untuk memperlihatkan teori-teori atau konsep.

Alasan peneliti menggunakan pendekatan kuantitatif adalah untuk mengetahui dan mengukur pengaruh variabel berita hoax terhadap variabel perilaku masyarakat. Tujuannya untuk mengetahui pengaruh antarvariabel dalam populasi secara objektif dan melakukan generalisasi fenomena yang telah diteliti. Penelitian ini menggunakan jenis riset eksplanatif. Peneliti ingin menjelaskan bagaimana hubungan antara dua atau lebih variabel dan peneliti dituntut membuat hipotesis sebagai perkiraan awal untuk menjelaskan hubungan antarvariabel yang diteliti.

E. Objek Penelitian

1. Populasi dan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya, dan di dalam populasinya terdiri dari objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik. Sedangkan sampel yaitu bagian dari populasi dan karakteristiknya (Sugiyono, 2013). Peneliti menetapkan masyarakat di kelurahan Jatinegara sebagai populasinya. Dengan demikian untuk

mendapatkan sampel peneliti mengambil dari RT 01 ke RT 02 di kelurahan Jatinegara, mulai dari usia 18-60 tahun. Alasan peneliti untuk mengambil usia 18-60 tahun karena dari (Detikcom, 2021b) bahwa usia 18-60 wajib untuk divaksin.

Dalam penelitian ini, peneliti memilih untuk menggunakan cara pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*. Teknik adalah cara memperoleh sampel dari sejumlah orang dengan kriteria tertentu untuk tujuan peneliti (Kriyantono, 2015). Responden yang ada didalam penelitian ini masyarakat di kelurahan Jatinegara dengan usia 18-60 tahun.

Pada saat menentukan jumlah sampel, dari jumlah populasi masyarakat di Kelurahan Jatinegara, maka peneliti menggunakan rumus slovin. Yang terdiri dari ukuran jumlah sampel (n), ukuran jumlah populasi (N), dan batas kesalahan yang dapat ditolerir karena kesalahan pengambilan sampel (e). Untuk mencari jumlah sampel penelitian, diketahui populasi masyarakat di RT 01 dan RT 02 di Kelurahan Jatinegara 240 jiwa, maka didapatkan sampel berjumlah 150 orang (dengan $e = 0,05\%$) atau tingkat kesalahan 5%).

2. Teknik Pengumpulan Data

Dalam teknik pengumpulan data peneliti menggunakan kuesioner karena ingin memperoleh data dari masyarakat untuk mendapatkan responden. Kuesioner merupakan pertanyaan yang harus di isi oleh responden dan kuesioner ini bisa diisi sendiri oleh Masyarakat tanpa kehadiran peneliti. Dalam pengisian kuesioner terdiri dari pernyataan

indikator-indikator yang akan diisi oleh responden. Skala yang digunakan didalam penelitian ini yaitu skala likert. Hal tersebut untuk mencari informasi mengenai suatu masalah dari responden tanpa adanya rasa takut jika responden tidak menjawab sesuai pertanyaan. Didalam pengisian pernyataan-pernyataan terdapat pilihan berupa saya tidaksetuju (STS), tidak setuju (TS), setuju (S), sangat setuju (SS). Skor yang terenda diberikan angka 1 dan skor yang tinggi diberikan angka 4. Penyebaran kuesioner dilakukan kepada masyarakat kelurahan Jatinegara, melalui Google Form secara online.

3. Teknik Analisis Data

Program IBM SPSS versi 22 adalah alat ukur statistik yang peneliti gunakan dalam mengolah data pada penelitian ini. Jenis penelitian ini adalah penelitian eksplanatif dikarenakan pada penelitian ini, bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara variabel X (Hoax) dengan variabel Y (Sikap Masyarakat). Uji regresi linier sederhana adalah alat analisis data yang digunakan peneliti dalam mengetahui pengaruh antar dua variabel dalam penelitian ini. Uji asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas, uji linieritas, dan uji heteroskedasitas adalah proses pengujian asumsi sebelum uji regresi linier sederhana. Peneliti menggunakan koefisien determinasi sebagai alat ukur untuk mengetahui seberapa besar pengaruh antar dua variabel dalam penelitian ini.

- **Uji korelasi**

Dalam uji korelasi digunakan untuk menentukan keeratan hubungan antara dua variabel yang berbeda yang digambarkan dengan ukuran koefisien korelasi dan dalam pengujian ini hanya

untuk mengetahui hubungan antara dua variabel tersebut. (Wibowo, Kurniawan, Elektro, & Tidar, 2020)

- **Uji Regresi Linier Sederhana**

Dalam uji regresi linier sederhana ini digunakan untuk mengukur seberapa besar pengaruh hubungan variabel independent (X) terhadap variabel dependen (Y). persamaan regresi dirumuskan sebagai berikut.

$$\hat{Y} = a + bX$$

Sumber: Sugiyono (2019: 261)

Di mana :

Y = Variabel dependen yang diprediksi

a = Nilai konstan Y bila $X = 0$

b = koefisien regresi adalah angka peningkatan atau penurunan variabel dependen yang berlandaskan pada variabel independent. Bila $b (+)$ maka naik, bila $b (-)$ maka terjadi penurunan

x = variabel independent yang mempunyai nilai tertentu.

- **Koefisien Determinasi**

Koefisien Determinasi digunakan untuk mengetahui apakah model sudah sesuai dengan data dan koefisien determinasi berfungsi sebagai alat ukur untuk mengukur besarnya pengaruh variabel independent terhadap variabel dependent (Sugiarti & Megawarni, 2012). Koefisien determinasi merupakan alat ukur untuk menghitung seberapa jauh model dalam menafsirkan jenis-jenis variabel.

Jika nilai R^2 mendekati angka 0 maka kemampuan variabel dalam menguraikan variabel-variabel sangat terbatas dan jika nilai R^2 semakin tinggi maka variabel bebas menguraikan variabel-variabel (Ernawatiningsih, 2019).

- **Uji Asumsi Klasik**
- **Uji Normalitas**

Di dalam penelitian ini menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov dalam statistik. Uji Normalitas ini bertujuan untuk menguji apakah didalam sebuah model regresi, variabel pengganggu memiliki distribusi normal (Ayuwardani & Isroah, 2018).

- **Uji Linieritas**

Didalam penelitian ini menggunakan fungsi compare means sebagai uji linieritas. Uji Linieritas digunakan untuk memilih model yang akan dipakai untuk mengetahui apakah model tersebut sudah benar atau tidak. Dengan demikian untuk menguji linearitas suatu model dapat digunakan uji linearitas dengan melakukan penelitian yang akan memperoleh informasi apakah model empiris sebaiknya linier, kuadrat, atau kubik (Djazari et al., 2013).

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Analisis Data

1. Uji Instrumen

- **Hasil Validitas Pre-Test**

Tabel 1 Hasil Uji Validitas Pre-Test Variabel Berita Hoax

No. Butir Instrumen	Koefisien Koreasi (r _{hitung})	r _{tabel}	Keterangan
1	0.658	0,3610	Valid
2	0.583	0,3610	Valid
3	0.739	0,3610	Valid
4	0.506	0,3610	Valid
5	0.510	0,3610	Valid
6	0.633	0,3610	Valid
7	0.636	0,3610	Valid
8	0.766	0,3610	Valid
9	0.651	0,3610	Valid
10	0.438	0,3610	Valid

Sumber: Olahan peneliti dengan SPSS v.22 (2021)

Berdasarkan tabel 4.1 uji validitas pada variabel x yakni berita hoax yang terdiri dari 10 butir instrumen dinyatakan valid. Status valid didapatkan apabila koefisien korelasi diatas 0,3610 dengan derajat kebebasan n-2 sehingga 30-2 = 28 lalu didapatkan r tabel sebesar 0,3610.

Tabel 2 Hasil Uji Validitas Pre-Test Variabel Sikap Masyarakat

No. Butir Instrumen	Koefisien Koreasi (r _{hitung})	r _{tabel}	Keterangan
11	0.457	0,3610	Valid
12	0.525	0,3610	Valid
13	0.690	0,3610	Valid
14	0.760	0,3610	Valid
15	0.543	0,3610	Valid
16	0.627	0,3610	Valid
17	0.656	0,3610	Valid
18	0.449	0,3610	Valid

Sumber: Olahan peneliti dengan SPSS v.22 (2021)

Berdasarkan tabel 4.2 uji validitas pada variabel Y yakni sikap masyarakat yang terdiri dari 8 butir instrumen dinyatakan valid. Status valid didapatkan apabila koefisien korelasi diatas 0,3610 dengan derajat

kebebasan $n-2$ sehingga $30-2 = 28$ lalu didapatkan rtabel sebesar 0,3610.

▪ Hasil Reliabilitas Pre-test

Tabel 3 Hasil Uji Realibilitas Pre-Test variabel Berita Hoax

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.813	10

Sumber: Olahan peneliti perhitungan SPSS v.22

Berdasarkan tabel 4.3 uji realibilitas variabel X yaitu berita hoax yang terdiri dari 10 butir instrument dinyatakan reliabel apabila nilai *alpha cronbach* di atas 0,60 dan nilai variabel x yang di tabel 0,813 maka dinyatakan data tersebut reliabel.

▪ Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui variabel data X dan Variabel data Y berdistribusi apakah data normal atau tidak. untuk mngetahui data normal atau tidak maka akan di uji normalitas dengan uji Kolmogorov-smirnov sebagai berikut.

Tabel 4 Hasil Normalitas Kolmogorov-Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		150
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3,33710147
	Most Extreme Differences	
	Absolute	.038
	Positive	.038
	Negative	-.031
Test Statistic		.038
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
d. This is a lower bound of the true significance.		

Sumber :Olahan peneliti dengan SPSS v.22 (2021)

Pada tabel 4.27 Signifikan yaitu 0,2 data normal apabila signifikan lebih besar dari 0,05 dan nilai Kolmogorov-smirnov yaitu 0,038. Dengan demikian signifikan 0,2 lebih besar dari 0,05 maka data normal.

▪ Uji Regresi Linier Sederhana

Dalam uji regresi linier sederhana ini digunakan untuk mengukur seberapa besar pengaruh hubungan variabel independent (X) terhadap variabel dependen (Y).

Tabel 5 Uji Regresi Linier Sederhana

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	14,766	1,654		8,926	.000
	Var_X	.378	.060	.461	6,325	.000

a. Dependent Variable: Var_Y

Sumber :Olahan peneliti dengan SPSS v.22 (2021)

nilai a (constant) pada tabel yaitu 14,766 bahwa perilaku masyarakat tanpa nilai berita hoax yaitu sebesar 14,766. Jika variabel berita hoax dinaikkan satu satuan maka variabel perilaku masyarakat juga akan naik sebesar 0,378.

$$Y = a + bx$$

$$Y = 14,766 + 0,378x$$

• Koefisien Determinasi

Tabel 6 Koefisien Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.461 ^a	.213	.207	3,348

a. Predictors: (Constant), Var_X

b. Dependent Variable: Var_Y

Sumber :Olahan peneliti dengan SPSS v. 22 (2021)

Berdasarkan tabel 4.28 Nilai R square (R^2) yaitu 0,213. Rumus dari koefisien determinasi yaitu $R^2 \times 100\%$ jadi $0,213 \times 100\% = 21,3$. Dengan begitu menunjukkan bahwa variabel X dalam mempengaruhi variabel Y sebesar 21,3 %. Maka dari data tersebut pengaruh berita hoax kecil terhadap perilaku masyarakat.

B. Penjelasan

Berita hoax merupakan suatu pesan atau informasi yang disebarkan oleh seseorang atau sekelompok yang tidak bertanggung jawab sehingga masyarakat mudah menaruh rasa percaya mereka tanpa ada kecurigaan. Tidak semua masyarakat memilah terlebih dahulu berita-berita yang disebarkan sebelum dikonsumsi dan dipercayai. Banyak berita yang tidak diketahui pasti kejelasannya dan disebarkan begitu saja di sosial media. Dampak negatif tentu mendominasi, terutama pada masyarakat yang tidak kritis dan langsung memercayai berita hoax tersebut. Tidak sedikit masyarakat yang mau di vaksin karena memercayai berita palsu yang tersebar. Dengan dilakukannya penelitian ini, yang berjudul pengaruh berita hoax vaksin Covid-19 terhadap perilaku masyarakat untuk melihat apakah berita hoax ini berdampak dan berpengaruh pada perilaku masyarakat.

Merujuk penjelasan teori S-R pada bab II yaitu stimulus (S) penelitian ini adalah berita hoax pada media sosial Facebook yang dapat memengaruhi masyarakat dan masyarakat menerima berita tersebut sehingga mengubah sikap mereka disebut sebagai respons (R) mereka terhadap stimulus. Stimulus (berita hoax) merangsang masyarakat untuk

mengubah pengetahuan dan tingkah laku mereka terhadap Vaksin Covid-19. Berita hoax tidak dapat memengaruhi masyarakat sampai kepada tingkah laku mereka jika mereka tidak menaruh perhatian pada berita tersebut. Sebelum memengaruhi tingkah laku masyarakat, harus adanya sikap menerima isi suatu informasi pada masyarakat. Selanjutnya, berita yang sudah diterima oleh masyarakat akan memengaruhi pengetahuan mereka dan kemudian sampai pada tingkah laku mereka.

Dalam komponen sikap, pengaruh berita hoax terhadap kognitif adalah masyarakat mengetahui apa saja kegunaan vaksin Covid-19 bagi tubuh mereka, dan jenis vaksin serta ukuran dan kandungan dalam vaksin tersebut. Dalam komponen afektif adalah masyarakat khawatir terhadap kandungan vaksin karena banyak sekali berita hoax yang menyebar mengenai vaksin mengandung minyak babi. Komponen afektif merupakan kecenderungan bertindak terhadap objek misalnya masyarakat tidak mau divaksin karena meragukan kandungan vaksin dan takut membahayakan tubuh sendiri.

Beberapa orang memang ada yang menerima dan percaya begitu saja dengan informasi seputar vaksin Covid-19 yang disebarkan, namun tidak sedikit orang yang mengkritisi dalam menerima suatu informasi. Mereka mengkritisi terlebih dahulu apakah berita sesuai fakta dan berasal dari sumber media atau lembaga terpercaya. Masyarakat di Kelurahan Jatinegara memiliki sikap kritis dengan mengkonfirmasi kembali dalam menerima suatu berita terlebih berita hoax sehingga tidak memengaruhi

perubahan perilaku mereka. Maka, masyarakat di Kelurahan Jatinegara tidak memiliki keraguan untuk divaksin dan mau menerima vaksin Covid-19 setelah mengetahui kebenarannya dan manfaat dari Vaksin itu sendiri.

IV. SIMPULAN

Berdasarkan hasil dari penelitian skripsi ini, maka dapat diambil kesimpulannya. Didalam skripsi ini peneliti menggunakan teori Stimulus Respons (SR), stimulus dalam penelitian ini adalah pada saat ini berita hoax vaksin Covid-19 semakin banyak beredar di media *Facebook*, respons dalam penelitian ini adalah bagaimana sikap masyarakat dalam menanggapi berita hoax vaksin Covid-19 yang tersebar di media *Facebook* sehingga mau divaksin.

Didalam penelitian ini signifikansi yang digunakan 5% dan jumlah responden sebanyak 150 orang, dengan jumlah perempuan sebanyak 80 orang dan laki-laki 70 orang. Dengan demikian pengujian validitas dan realibilitas kuesioner pada bagian *pre - test* dinyatakan valid dan reliable sehingga menunjukkan bahwa indikator-indikator dalam instrument dapat digunakan sebagai alat ukur untuk selanjutnya.

Pada analisis regresi sederhana ini digunakan untuk mengukur seberapa besar pengaruh hubungan variabel X terhadap hubungan variabel Y. Dengan demikian penelitian variabel berita hoax ini memiliki pengaruh ke arah yang positif terhadap perilaku masyarakat. Jika variabel berita hoax dinaikkan satu satuan maka variabel perilaku masyarakat juga akan naik sebesar

0,378. Dalam perhitungan statistik menggunakan koefisien determinasi, didapatkan pengaruh berita hoax vaksin Covid-19 terhadap perilaku masyarakat untuk menerima vaksin sebesar 21,3%.

DAFTAR RUJUKAN

- Tugas, T. S. (2021). *Tanya Jawab: Apa Itu Vaksinasi?* Covid19.Go.Id. <https://covid19.go.id/tanya-jawab>
- Kominfo. (2021). *[Hoaks] Masker Dapat menyebabkan Kematian Akibat Covi-19*. Kominfo. https://www.kominfo.go.id/content/detail/33845/hoaks-masker-dapat-menyebabkan-kematian-akibat-covid-19/0/laporan_isu_hoaks
- Djazari, M., Rahmawati, D., & Nugraha, M. A. (2013). Pengaruh Sikap Menghindari Risiko Sharing Dan Knowledge Self-Efficacy Terhadap Informal Knowledge Sharing Pada Mahasiswa Fise Uny. *Nominal, Barometer Riset Akuntansi Dan Manajemen*, 2(2), 181–209. <https://doi.org/10.21831/nominal.v2i2.1671>
- Lestari, D. (2018). *Pengaruh Akun Instagram @hijaberscommunityofficial Terhadap Pengetahuan Syiar Islam Dan Fashion Hijab Pada Followers Muslimah*. 5.
- Suprpto, T. (2009). *Pengantar Teori & Manajemen Komunikasi*. PT. Buku Kita.
- Hutagalung, I. (2018). *Teori-Teori Komunikasi Dalam Pengaruh Psikologi*. Indeks.
- Nurudin. (2018). *Pengantar Komunikasi Masaa*. Rajawali Pers.
- Ptiwi, S. A., & Hidayarat, D. (2020). Iklan Layanan Masyarakat COVID-19 Di Media Sosial dan Perilaku Masyarakat di Jawa Barat. *Komunikologi (Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi)*, 17(2), 1–7.

- Ananto, E. G. (2010). *Metodologi Penelitian Untuk Public Relations Kuantitatif Dan Kualitatif*. Simbiosis Rekatama Media. /131841020/waspada-5-ciri-berita-hoaks?page=all
- Rizqi, M. A. N., Lestari, P., & Wiendijarti, I. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Citra Perusahaan Listrik Negara. *Interact*, 6(2), 61–77. <http://ojs.atmajaya.ac.id/index.php/fiabikom/article/view/1350>
- Ayuwardani, R. P., & Isroah, I. (2018). PENGARUH INFORMASI KEUANGAN DAN NON KEUANGAN TERHADAP UNDERPRICING HARGA SAHAM PADA PERUSAHAAN YANG MELAKUKAN INITIAL PUBLIC OFFERING (Studi Empiris Perusahaan Go Public yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2011-2015). *Nominal, Barometer Riset Akuntansi Dan Manajemen*, 7(1). <https://doi.org/10.21831/nominal.v7i1.19781>
- Nasrullah, R. (2017). *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, Dan Sosioteknologi*. Pt Remaja Rosdakarya Bandung.
- Hardiani, I. (2013). Pengaruh Intensitas Membaca Newsletter“Intermezo Sctv” Terhadap Tingkat Pengetahuan Karyawan SCTV Tentang Aktivitas Perusahaan. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 1–14.
- Tugas, T. S. (2021). *Tanya Jawab: Apa Itu Vaksin? Covid10.Go.Id*. <https://covid19.go.id/tanya-jawab>
- Santoso, B. (2019). *Pengaruh Berita Hoax Dimedia Sosial Terhadap Perubahan Perilaku Pemilih Milenial Pada Pilpres 2019*. <http://repository.unmuhjember.ac.id/id/eprint/6573>
- Detikcom, T. (2021). *2,5 Juta Warga KTP DKI Belum Vaksin, Terbanyak di Kelurahan Kapuk Jakbar*. Detiknews. <https://news.detik.com/berita/d-5726591/25-juta-warga-ktp-dki-belum-vaksin-terbanyak-di-kelurahan-kapuk-jakbar>
- Anggraini, A. P. (2018). *Waspada 5 Ciri Berita Hoax*. Kompas.Com. <https://lifestyle.kompas.com/read/2018/05/14>
- Detikcom, T. (2021). *Usia Berapa Vaksin Covid? ini Yang Harus diperhatikan*. Detik.Com. <https://news.detik.com/berita/d-5634800/usia-berapa-bisa-vaksin-covid-ini-yang-harus-diperhatikan>
- Dysmala, E. (2013). Kritik Terhadap Paradigma Positivisme. *Jurnal Wawasan Yuridika*, 28(1), 622–633.
- Filmon, A. F., Senduk, J. J., & Waleleng, G. (2019). Analisis Berita Hoax Facebook pada Perilaku Masyarakat Kelurahan Paniki II Kecamatan Mapanget Kota Manado. *Acta Diurna Komunikasi*, 1(4), 1–17.
- arnani, mela. (2021). *8, Jenis Vaksin Covid-19 yang Digunakan di Indonesia, Apa saja?* Kompas.Com. <https://www.kompas.com/tren/read/2021/09/10/160500265/8-jenis-vaksin-covid-19-yang-digunakan-di-indonesia-apa-saja-?page=all>
- Effendy, O. U. (2007). *Ilmu, Teori Dan Filsafat Komunikasi*. Pt.Citra Adytia Bakti.