



KAPASITAS TERBATAS DALAM MENGENALI HOAKS DI MEDIA SOSIAL PADA KALANGAN MAHASISWA UIN JAKARTA

Muhammad Fanshoby, Wahyu Prasetyawan

corresponding author: UIN Syarif Hidayatullah - Jakarta, fanshoby@uinjkt.ac.id

Received: 02 - 12 - 2021

Accepted: 17 - 12 - 2021

Published: 28 - 12 - 2021

ABSTRACT

This study examines the effect of social media use and message storage in brain memory and the effect based on demographics (gender, major group, parental income, and parental education) on retrieval of messages from brain memory to recognize hoaxes. This research uses a limited capacity model approach which aims to find the determinant factors that affect a person's ability to recognize hoaxes. The research subjects were 100 students of UIN Jakarta. In data analysis, this research uses multiple linear regression analysis. The results show that the use of social media has a negative and significant effect on the retrieval of messages from memory to recognize hoaxes. Simultaneously or together the variables in this study have a significant effect on retrieval of messages from brain memory as shown by the significance level of $F < (0.000 < 0.05)$ and R-Square of 0.576. This means that the contribution of the independent variable in influencing the dependent variable is 54.9%, while the remaining 42.4% is explained by variables outside this study. Overall, this study explains that high media use and low (limited) storage of messages in brain memory allow someone to have difficulty recognizing hoaxes, and vice versa.

Keywords: *Limited Capacity Model, Media Usage, Message Storage, Gender, Department Groups, Parental Income, Parental Education, Message Retrieval, Hoaks, Social Media.*

ABSTRAK

Penelitian ini menguji pengaruh penggunaan media sosial dan penyimpanan pesan di memori otak serta pengaruh berdasarkan demografi (gender, kelompok jurusan, pendapatan orang tua, dan pendidikan orang tua) terhadap pengambilan pesan dari memori otak untuk mengenali hoaks. Penelitian menggunakan pendekatan model kapasitas terbatas yang bertujuan untuk mencari faktor determinan yang memengaruhi kemampuan seseorang dalam mengenali hoaks. Subjek penelitian 100 orang mahasiswa UIN Jakarta. Dalam analisis data, penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda. Hasilnya menunjukkan bahwa penggunaan media sosial berpengaruh negatif dan signifikan terhadap pengambilan pesan dari memori untuk mengenali hoaks itu berarti semakin tinggi penggunaan media sosial karena obesitas informasi maka semakin rendah kemampuan seseorang mengenali hoaks. Adapun secara simultan atau bersama-sama variabel dalam penelitian ini memiliki pengaruh

yang signifikan terhadap pengambilan pesan dari memori otak seperti yang ditunjukkan oleh tingkat signifikansi $F < \alpha$ ($0.000 < 0.05$) dan R-Square sebesar 0.576. Artinya kontribusi variabel independen dalam memengaruhi variabel dependen sebesar 54,9%, sedangkan sisanya sebesar 42,4%, dijelaskan oleh variabel di luar penelitian ini. Secara keseluruhan penelitian ini menjelaskan penggunaan media yang tinggi dan penyimpanan pesan di memori otak yang rendah (terbatas) memungkinkan seseorang kesulitan mengenali hoaks, begitu juga sebaliknya.

Keywords: *Model Kapasitas Terbatas, Penggunaan Media, Penyimpanan Pesan, Gender, Kelompok Jurusan, Pendapatan Orang Tua, Pendidikan Orang Tua, Pengambilan Pesan, Hoaks, Media Sosial*

PENDAHULUAN

Saat ini penggunaan media sosial sebagai sumber berita telah berhasil menjadi salah satu media alternatif dan menggeser media mainstream seperti televisi, radio, hingga surat kabar. Pergeseran perilaku masyarakat itu merupakan dampak dari penetrasi teknologi internet yang digunakan untuk mengakses media sosial. Dengan adanya teknologi internet yang semakin canggih serta ponsel yang semakin cerdas, maka itu memudahkan manusia mengakses media sosial untuk mencari berita dan menyebarkannya sebagai kepuasan atas kebutuhan informasi.

Menurut hasil survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJI) tentang Hasil Penetrasi Pengguna Internet di Indonesia tahun 2017, penetrasi pengguna internet di Indonesia mencapai 143,26 juta jiwa dari 262 juta orang total penduduk Indonesia. Artinya jumlah pengguna aktif internet di Indonesia mencapai 54,68 persen dari jumlah total penduduk Indonesia. Jumlah itu meningkat sejak 2012 yang hanya 63 juta orang. Mereka yang aktif menggunakan internet 58,08 persen berasal dari pulau Jawa (APJII, 2019).

Namun, penetrasi teknologi internet untuk mengakses media sosial sebagai sumber berita tidak diiringi dengan meningkatnya kemampuan manusia untuk mengenali informasi yang belum tentu kebenarannya sehingga mereka rentan dalam menyebarkan informasi hoaks. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Daring, hoaks berarti berita bohong (KBBI, 2018).

Hoaks bukan hal yang baru muncul belakangan ini. Istilah hoaks sendiri sudah ada sejak lama. Ada yang mengatakan istilah hoaks sudah ada sejak tahun 1808, berasal dari bahasa Inggris yang artinya berita bohong atau palsu. Banyak orang menganggap kata hoaks berasal dari kata *hocus*, diambil dari *hocus pocus*, kata yang sering digunakan para pesulap seperti *simsalabim*. (Monohevit, 2017) Sedangkan menurut Lynda Walsh dalam buku berjudul *Sins Against Science*, istilah hoaks atau kabar bohong, (6, 2018) merupakan istilah dalam bahasa Inggris yang masuk sejak era industri. Diperkirakan pertama kali muncul pada 1808.

Dalam Jurnal Ilmiah Agama dan Sosial Budaya (Ulib, 2017) disebutkan bahwa istilah berita hoaks dalam Quran bisa diidentifikasi dari pengertian kata *al-Ifk* yang berarti keterbalikan (seperti gempa yang membalikkan negeri), tetapi yang dimaksud di sini ialah sebuah kebohongan besar, karena kebohongan adalah pemutarbalikan fakta. Sedangkan munculnya hoaks (sebuah kebohongan) disebabkan oleh orang-orang pembangkang. Dalam hal ini, Quran mengistilahkannya dengan „*usba*. Kata „*usba* diambil dari kata „*asaba* yang pada mulanya berarti mengikat dengan keras. Dari asal

kata ini lahir kata muta²assib yakni fanatik. Kata ini dipahami dalam arti kelompok yang terjalin kuat oleh satu ide. Dalam hal ini menebarkan isu negatif, untuk mencemarkan nama baik (Quraish,2002).

Fenomena tersebarnya berita hoaks sendiri sebenarnya sudah dijelaskan dalam Quran. Sebagaimana dalam QS. an-Nur ayat 11. Menurut sebuah riwayat, munculnya QS. an-Nur ayat 11 tak lain karena adanya tuduhan zina yang ditujukan kepada Aisyah ketika ia akan pulang menuju Madinah bersama pasukan Muslimin. Kemudian di sebuah perjalanan. Aisyah merasa kehilangan kalungnya. Namun, saat Aisyah mencari kalung yang hilang tersebut, pasukan Muslim malah meninggalkannya dan mengira Aisyah sudah bersama mereka. Pada saat itulah Aisyah merasa tertinggal. Ia kemudian kebingungan. Aisyah pun tertidur akibat rasa kantuknya. Setelah beberapa lama, kemudian seorang sahabat bernama Safwan bin al-Mu'attal Al-Sulami Al-Dhakwani melihatnya. Ia melihat istri Nabi SAW. tersebut. Safwan mengucapkan lafal innalillahi dan kemudian mengantarkan Aisyah hingga sampai kepada rombongan kaum Muslim. Namun, setelah terjadinya peristiwa ini, beberapa dari umat Islam malah ramai-ramai membicarakan dan menyebarkan berita bohong tentang Aisyah. Hingga selama sebulan Aisyah merasakan ada yang beda dari Rasulullah SAW. dalam menyikapinya, bahkan hendak mendiskusikan untuk menceraikan Aisyah atas hal ini. Aisyah terus mengeluh dan mengadu kepada Allah tentang apa yang telah terjadi, hingga turunlah QS. An-Nur 24: 11 yang menjawab kegelisahannya (Imadu,1994).

Sesungguhnya orang-orang yang membawa berita bohong adalah golongan kamu. Janganlah kamu menganggapnya buruk bagi kamu, bahkan ia adalah baik bagi kamu, tiap-tiap orang dari mereka memperoleh apa yang dia kerjakan dari dosa itu, dan siapa yang mengambil bagian yang terbesar di dalamnya di antara mereka, bagian azab yang besar.(QS. An-Nur 24: 11).

Demikianlah hoaks dalam pandangan Quran. Selain itu, Dalam alQuran surat al-Hujarat ayat 6, terdapat ayat yang berbunyi: "Hai orang-orang yang beriman, jika datang kepadamu orang fasik membawa suatu berita, Maka periksalah dengan teliti agar kainu tidak menimpakan suatu musibah kepada suatu kaum tanpa mengetahui keadaannya yang menyebabkan kainu menyesal atas perbuatan itu" (QS. Al Hujarat 49:6) Ayat tersebut menjelaskan bagaimana seorang muslim harus berhati-hati ketika menerima sebuah informasi, agar tidak mudah percaya dengan kabar yang nantinya justru akan menyesatkan dirinya dan orang lain. Di samping itu, media sosial kini menjadi media dakwah yang cukup efektif dalam menyebarkan pesan-pesan keagamaan. Beberapa platform media menyediakan kanal khusus agar pendakwah masa kini bisa memaksimalkan media sosial. Dakwah secara etimologis berasal dari bahasa Arab yakni da'a, yad'u, da'watan yang berarti mengajak. Akar kata dakwah ini juga bisa diartikan sebagai menyeru. memanggil. meminta dan memohon tergantung susunan dan konteks kalimat yang menyertainya. Kata dakwah dalam berbagai bentuk atau wazan di dalam Al-Qur'an sendiri disebutkan lebih dari 100 kata. Konteksnya tentu bermacam-macam, mulai dari ajakan dakwah, metode dakwah, keutamaan dakwah hingga sejarah dakwah.

Mengenai berita bohong di media sosial, sekelompok peneliti dari Massachusetts Institute of Technology (MIT) yang mempublikasikan hasil penelitiannya di Jurnal *Daring Science* dengan judul Penyebaran Berita Online Benar dan Bohong, disampaikan bahwa berita bohong menyebar lebih jauh, lebih cepat, lebih dalam, dan lebih luas daripada berita benar di semua kategori informasi. Berita bohong itu lebih banyak disebarkan berkaitan dengan berita politik palsu daripada berita palsu tentang terorisme, bencana

alam, sains, atau informasi keuangan.(Vosoughi et al., 2018).

Dalam penelitian itu juga disebutkan, mengapa berita bohong lebih cepat menyebar karena memiliki sifat yang lebih aktual atau baru sehingga itu memungkinkan orang untuk berbagi informasi baru. Selain itu berita bohong berhasil memunculkan rasa takut, jijik, dan kejutan dalam setiap cerita. Sedangkan berita benar hanya berisi antisipasi, kesedihan, kegembiraan dan kepercayaan. Penelitian itu menyelidiki difusi diferensial dari semua berita benar dan bohong yang diverifikasi dan didistribusikan di media sosial twitter dari 2006 hingga 2017. Datanya terdiri dari sekitar 126.000 cerita yang di-tweet oleh sekitar 3 juta orang lebih dari 4,5 juta kali. Dalam penelitian ini juga membuktikan bahwa berita bohong lebih cepat menyebar disebabkan oleh perilaku manusia, bukan disebabkan oleh robot atau sistem dari media sosial yang cenderung menyebarkannya.(Vosoughi et al., 2018).

Sedangkan berdasarkan hasil riset Wearesosial Hootsuite yang dirilis Januari 2019, pengguna media sosial di Indonesia mencapai 150 juta atau sebesar 56% dari total populasi.(We Are Social, 2019). Tingginya jumlah pengguna media sosial di Indonesia tidak serta-merta mampu menahan laju penyebaran hoaks. Sebagaimana menurut hasil Survei Masyarakat Telematika Indonesia tentang Wabah Hoaks Nasional, penggunaan media sosial seperti, facebook, twitter, instagram, dan path menyumbang sekitar 92,40 persen dalam penyebaran berita hoaks (Nasional, 2017).

Namun, dengan penggunaan aktif media sosial yang cukup tinggi tersebut tidak diiringi dengan kemampuan mengenali informasi yang belum tentu kebenarannya. Padahal kemampuan mengenali informasi yang belum tentu kebenarannya itu merupakan filter untuk mencegah maraknya informasi hoaks yang beredar di media sosial. Dengan tingginya penggunaan media sosial dan rendahnya kemampuan mengenali informasi yang belum tentu kebenarannya, memungkinkan manusia menyebarkan hoaks.

Media sosial telah menjadi bagian yang dinamis dari dunia maya. Saat ini, media sosial berkembang secara pesat dalam beberapa dekade terakhir.(Ghosh et al., 2014). Ide tentang media sosial bermula dari sebuah forum diskusi di seluruh dunia bernama Usenet yang dimulai pada tahun 1979. Dua puluh tahun setelah itu muncul komunitas online penulis buku harian yang dikenal sebagai Open Diary. Komunitas mirip blog ini adalah yang pertama kali muncul dan memiliki kemiripan dengan situs web media sosial. Dalam satu dekade terakhir, kemudian kita telah melihat banyak peluncuran situs media sosial baru seperti MySpace pada tahun 2003, Facebook pada tahun 2004, YouTube di 2005 dan Twitter pada 2006 (Kaplan & Haenlein, 2009).

Saat ini, ada ratusan situs web media sosial yang terdiri dari berbagai macam bentuk yang berbeda sehingga dapat diklasifikasikan ke dalam kategori luas misalnya konten komunitas seperti blog dan forum online, situs jejaring sosial seperti Facebook, konten proyek kolaborasi seperti Wikipedia dan dunia peradaban seperti Second Life. Adapun situs media sosial teratas per Januari 2013 adalah Facebook yang memiliki lebih dari satu miliar pengguna. Situs media sosial lainnya seperti Twitter, YouTube, forum online dan blog juga telah melihat pertumbuhan eksponensial dalam beberapa tahun terakhir. Dalam istilah sederhana, media sosial adalah konglomerasi situs web online yang dibangun di atas basis yang memiliki filosofi Web 2.0. Sementara Kaplan dan Haenlein (Bahr & May, 2018). mendefinisikan media sosial sebagai sekelompok aplikasi berbasis Internet yang memungkinkan pembuatan dan pertukaran konten buatan pengguna dengan cara membangun fondasi ideologi dan teknologi Web 2.0. Adapun

media sosial secara luas cakupannya terdiri blog, situs jejaring sosial, papan pesan dan wiki.(Beer & Burrows, 2007). Situs web media sosial membantu orang untuk membuat, menerbitkan, dan berbagi konten dan informasi dengan orang lain (Ghosh et al., 2014).

Sedangkan media sosial dapat didefinisikan sebagai bentuk komunikasi elektronik dan situs jejaringan yang memungkinkan pengguna untuk mengikuti dan berbagi konten seperti teks, gambar, video, dan lain-lain, serta ide-ide dalam komunitas online (Trottier & Fuchs, 2013). Dilansir pada survey yang dilakukan Internet world stats pada tahun 2017, situs web media sosial terkemuka termasuk Facebook, Twitter, SnapChat, Instagram, WhatsApp, dan LinkedIn. Saat ini, ada lebih dari 1,8 miliar pengguna aktif Facebook dan lebih dari 300 juta pengguna Twitter aktif. Jumlah ini diperkirakan akan terus bertambah karena lebih dari 50 persen populasi dunia nanti bisa mendapatkan akses ke Internet (terutama melalui perangkat seluler), dan dengan pertumbuhan cepat di Afrika dan negara berkembang lainnya (Parker,2016). Salah satu inovasi yang paling utama dari media sosial yaitu menyediakan kemampuan bagi pengguna untuk mencari informasi dan berbagi konten informasi mereka sendiri di dalam jaringan yang mereka miliki. Algoritma yang sudah canggih memungkinkan orang untuk mengikuti dan merekomendasikan konten berdasarkan perilaku atau minat mereka ke dalam jaringan mereka (Tufekci, 2015).

Hoaks didefinisikan oleh Pellegrini sebagai sebuah cerita yang dikarang sedemikian rupa oleh seseorang dengan kebohongan yang disengaja untuk menutupi atau mengalihkan perhatian dari kebenaran. Hoaks biasanya digunakan untuk kepentingan pribadi, baik itu secara intrinsik maupun ekstrinsik (Pellegrini,2008). Hoaks atau berita bohong merupakan bagian dari apa yang disebut dengan *fake news* atau berita palsu. Seperti apa yang disampaikan oleh Hunt bahwa *fake news* adalah disinformasi dan hoaks yang dipublikasikan di situs web dengan tujuan politik atau untuk mengarahkan akses lalu lintas ke sebuah website, atau informasi salah yang kita lewatkan bersama melalui media social (Silverman,2015). *Fake news* sendiri dapat didefinisikan sebagai artikel berita yang secara sengaja dibuat dan kemudian berita itu dapat dibuktikan salah, serta dapat menyesatkan para pembaca (Allcott & Gentzkow, 2017).

Sementara fenomena berita palsu dan misinformasi memiliki tradisi panjang. Istilah berita palsu belakangan ini telah menjadi terkenal dan maknanya telah menjadi lebih banyak. Kemungkinan penjelasan paling rinci mengenai berita palsu berasal dari Wardle (Tandoc et al., 2020). Ia mengekstrapolasi tujuh kondisi di mana berita dapat menjadi palsu. Pertama, berita palsu dapat berupa satir dan dibuat dengan tujuan hiburan. Kedua, berita palsu dapat sengaja disesatkan dengan menutupi fakta atau menyeleksi kebenaran informasi dengan tujuan tertentu. Ketiga, berita palsu dapat berupa informasi yang dilebih-lebihkan untuk secara sengaja membuat kisah palsu atau mengada-ada (misalnya, dengan sengaja merangkaikan kejadian untuk mengarahkannya kepada wacana konspirasi). Keempat, berita palsu juga dapat berupa cerita, foto, atau video yang tidak benar dengan menyiratkan sebuah konteks yang bertujuan merangkai narasi yang salah. Kelima, mengedit atau memanipulasi foto, kutipan, atau fakta untuk sengaja merangkaikan cerita bohong. Keenam, lebih jauh lagi bahwa berita palsu memang tidak memiliki asal dengan menciptakannya dan sepenuhnya dibuat palsu. Ketujuh, berita palsu juga dibuat dengan cara menipu penonton dengan menganggap platform mereka berasal dari sumber yang terkenal (misalnya, situs web). Sementara dalam tinjauan literatur akademik saat ini tentang

berita palsu, Tandoc, Lim, dan Ling (Tandoc et al., 2020). Mengembangkan tipologi untuk membedakan antara berbagai jenis berita palsu. Berita palsu mereka temukan biasanya mengacu pada berita satir, berita parodi, fabrikasi, manipulasi, propaganda, dan iklan.

Untuk mengetahui mengapa seseorang kesulitan mengenali hoaks, penelitian ini menggunakan pendekatan dalam model kapasitas terbatas.(Lang, 2000). Dalam pemrosesan informasi, manusia memiliki keterbatasan. Kenyataan itu yang menjadikan munculnya gagasan model kapasitas terbatas. Mereka hanya memiliki sumber daya kognitif dalam jumlah terbatas untuk menjalankan tugas mempersepsikan, mengkodekan, memahami, dan mengingat dunia tempat mereka tinggal. Ketika sumber daya yang tersedia tidak mencukupi, pemrosesan mengalami kendala (Annie,2006). Termasuk dalam hal ini memahami dan mengenali hoaks yang beredar di media sosial.

Model ini memiliki dua asumsi utama. Pertama, orang adalah pengolah informasi. Tugas utama dari orang tersebut adalah pemrosesan informasi. Adapun hal yang paling mendasar dari pemrosesan informasi adalah untuk melihat rangsangan yang kemudian mengubahnya menjadi representasi mental. Setelah itu melakukan kerja mental pada representasi itu dan mereproduksi mereka dalam bentuk yang sama atau dalam bentuk yang diubah. Kedua, kemampuan seseorang untuk memproses informasi itu terbatas. Memproses pesan membutuhkan sumber daya mental, sedangkan setiap orang hanya memiliki kumpulan sumber daya mental yang terbatas (Lang, 2000). Model kapasitas terbatas mengusulkan tiga subproses utama dalam pemrosesan informasi: (a) penyandian; (b) penyimpanan; dan (c) pengambilan (Lang, 2000).

Model kapasitas terbatas mengusulkan tiga subproses utama dalam pemrosesan informasi: (a) penyandian; (b) penyimpanan; dan (c) pengambilan (Lang, 2000).

a. Penyandian

Sub-proses penyandian adalah mengeluarkan pesan dari lingkungan berupa rangsangan dan memasukkannya ke otak seseorang. Secara historis, dalam bidang komunikasi massa, langkah ini secara operasional dapat disamakan dengan ukuran paparan, seperti jumlah jam yang dihabiskan dengan medium, atau melalui ukuran perhatian seseorang terhadap sebuah media (Lang, 2000). Model ini berteori bahwa pesan paling tidak harus melibatkan reseptor sensor yaitu mata, telinga, hidung, mulut, kulit. Ini dapat dianggap sebagai paparan atau persepsi. Informasi yang dikumpulkan oleh reseptor sensorik memasuki semacam apa yang disebut dengan toko sensorik (Zechmeister, 1982)

b. Penyimpanan

Subproses ini menggunakan model memori jaringan asosiatif umum. Model jaringan asosiatif mengkonseptualisasikan ingatan individu sebagai sesuatu hal yang terhubung ke ingatan terkait lainnya berdasarkan asosiasi atau tautan. Aktivasi dapat berjalan melalui asosiasi, suatu proses yang membuat ingatan terkait lebih aktif, atau tersedia, daripada ingatan yang tidak terkait (Lang, 2000). Dengan kata lain, ingatan seseorang yang memiliki asosiasi atau bertautan dengan ingatan lainnya memungkinkan ingatan tersebut lebih aktif dan disimpan ketimbang ingatan yang tidak memiliki tautan sama sekali.

Semakin banyak orang menautkan informasi baru ke jaringan memori asosiatif, semakin baik informasi tersebut disimpan. Proses menghubungkan informasi yang baru disandikan ke informasi yang sebelumnya disandikan (atau kenangan)

disebut penyimpanan. Semakin banyak asosiasi yang terbentuk antara informasi baru dan lama, semakin lengkap informasi baru tersebut disimpan. Secara khusus, rangsangan yang menimbulkan emosi tampaknya disimpan jauh lebih baik daripada rangsangan yang tidak menimbulkan emosi. Model ini menunjukkan bahwa rangsangan yang menimbulkan emosi dapat menyebabkan alokasi otomatis sumber daya pemrosesan tambahan untuk penyimpanan (Lang, 2000).

c. Pengambilan

Subproses terakhir dalam model ini adalah pengambilan. Ini adalah proses mengaktifkan kembali representasi mental yang sebelumnya tersimpan di dalam atau mengeluarkan ingatan menjadi beberapa bentuk pesan. Dengan kata lain, pengambilan adalah proses pencarian jaringan memori asosiatif yang memiliki tautan untuk informasi tertentu dan mengaktifkannya kembali ke dalam memori kerja. Pada umumnya, semakin banyak sepotong informasi itu memiliki tautan asosiatif, maka semakin detail informasi itu disimpan, atau semakin utuh sehingga semakin mudah diambil kembali untuk dikeluarkan menjadi pengetahuan (Lang, 2000). Model ini memiliki asumsi bahwa kapasitas total perhatian seseorang pada satu titik waktu memiliki keterbatasan (Daniel, 1973). Mungkin sekilas terlihat penelitian ini mengenai penelitian psikologi, namun jika melihat apa yang dilakukan manusia terhadap media dalam proses kognisi, maka peran media sebagai perantara dalam proses kognisi manusia dalam memahami pesan tidak dapat terhindarkan. Sehingga penelitian ini tidak hanya berguna bagi penelitian psikologi tapi dapat berguna pula bagi penelitian komunikasi.

Sedangkan penerima pesan yang akan diteliti di sini adalah mahasiswa UIN Syarif Hidayatullah Jakarta. Menurut Bagian Akademik UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, jumlah total mahasiswa UIN Jakarta untuk jenjang Strata 1 yang aktif sebanyak 25.002 orang. Sebanyak 100 persen mahasiswa UIN Jakarta mengakses media sosial. Media sosial yang mereka akses antara lain WhatsApp, facebook, twitter, dan Instagram. Maka jelas bahwa media sosial tersebut menjadi sumber pesan yang akan diteliti dalam penelitian ini. Dengan karakteristik mahasiswa UIN Jakarta yang mengakses media sosial, peneliti merasa perlu melakukan penelitian mengenai kemampuan mengenali hoaks yang berada di media sosial pada kalangan mahasiswa UIN Jakarta.

Kondisi memungkinkan berbeda pemahaman dalam menyikapi dan merespons informasi-informasi yang beredar utamanya informasi hoaks dari media sosial. Pemahaman dan cara merespons informasi menjadi bervariasi. Beberapa dari mereka mampu mengenali hoaks namun mungkin beberapa dari mereka kurang mampu mengenali hoaks. Maka dari itu penelitian ini akan menjadi informasi penting perihal faktor apa yang menentukan seorang mahasiswa yang memiliki berbagai macam latar belakang, dalam mengenali hoaks dari media sosial. Kemudian jenis hoaks yang akan diteliti dalam penelitian ini juga terdiri dari beberapa jenis hoaks. Ini melihat ada banyak jenis hoaks yang beredar di media sosial namun peneliti akan mengkategorikan hoaks tersebut berdasarkan banyak hoaks yang beredar. Menurut Republika.co.id, ada banyak jenis hoaks, dari masalah kesehatan, makanan, politik, SARA (Suku, Agama, Ras, dan Antar Golongan), hingga bencana alam. Data Masyarakat Telematika Indonesia (Mastel) pada Januari 2017 menunjukkan bahwa jenis hoaks di media sosial yang diterima oleh 1.116 respondennya didominasi isu politik dan pemerintahan (91.80%) dan SARA

(88.60%). Dilansir dari republika pada tahun 2020, isu-isu lain seperti kesehatan, makanan, dan bencana alam angkanya berada di bawah 50%.

Sementara di media sosial berdasarkan obeservasi awal terhadap beberapa mahasiswa UIN Jakarta, hoaks yang beredar di media sosial utamanya media sosial seperti WhatsApp, Facebook, Twitter dan Instagram yaitu hoaks jenis politik, agama, hiburan, kesehatan dan bencana. Jenis hoaks tersebut banyak beredar di kalangan mahasiswa UIN Jakarta sehingga menjadi penting untuk dilakukan penelitian dalam mengenali hoaks di media sosial tersebut. Di sisi lain, peneliti melihat seperti yang diungkapkan oleh aktivis mahasiswa angkatan 70-an, yakni Fauzie Syuaib bahwa mahasiswa menjadi sebuah bagian dari kekuatan moral (moral force) pada kelompok masyarakat (Sarlito,1978). Sehingga diharapkan mampu mengemban tugas suci sebagai ujung tombak dan garda terdepan dalam menanggulangi penyebaran hoaks di media sosial. Di samping itu, mahasiswa dituntut memiliki tingkat intelektualitas beserta literasi yang cukup tinggi sehingga dalam menyikapi informasi yang beredar di media sosial akan lebih selektif dan hati-hati. Mahasiswa harus lebih mampu mengenali hoaks dibanding elemen masyarakat lainnya. Hal ini memungkinkan mahasiswa dapat dijadikan acuan standar mengenai pengetahuan masyarakat tentang hoaks. Jika mahasiswa mampu mengenali hoaks diharapkan elemen masyarakat lainnya dapat mengenali hoaks. Pada masa ledakan informasi seperti sekarang. mahasiswa perlu untuk mengembangkan pemikiran kritis dan kemampuan pembelajaran seumur hidup untuk dapat mengakses dan mengevaluasi informasi (Wang,2007). Sayangnya, seperti menurut Liu dan Sun (2011) mahasiswa umumnya kurang dapat mengevaluasi, memilih, serta membuat penilaian yang tepat ketika mereka berhubungan dengan informasi. Hal ini disebabkan karena dengan banyaknya informasi yang tersedia, seorang mahasiswa kurang memiliki pemikiran kritis terhadap informasi yang dibutuhkannya dan informasi yang ditemukannya. Selain itu. strategi pencarian informasi yang salah juga dapat menyebabkan terjaringnya informasi yang tidak dibutuhkan. Sehingga meskipun mendapatkan banyak informasi, tetapi hanya bisa mendapatkan sedikit informasi yang dibutuhkan atau bahkan tidak mendapatkan sama sekali.

Di sisi lain juga, tidak semua mahasiswa mahasiswa dapat disebut dengan intelektual, Ini seperti yang diungkapkan oleh Sarwono (1978), ada beberapa syarat yang perlu dimiliki oleh seorang intelektual. Pertama, sifat kritis pada kenyataan. Hal itu disebabkan karena para intelektualis hidup dalam dunia idea, sehingga apabila ada kenyataan yang tidak sesuai dengan hal idealnya maka para kaum intelektualis akan mengkritiknya dengan harapan adanya perubahan pada alam nyata sehingga mendekati hal-hal yang bersifat ideal. Kedua, sangat berminat pada nasib orang lain terlebih pada masalah moral dan politik. Ketiga, mampu menyatakan ide-ide atau pendirian-pendirian moral maupun politiknya dalam bentuk lisan maupun tulisan.

Melihat syarat seorang mahasiswa yang memiliki intelektual di atas, maka akan memungkinkan bahwa mahasiswa memiliki kelebihan tersendiri dibandingkan elemen masyarakat lainnya, sehingga diharapkan lebih mampu mengenali hoaks dari media sosial. Terlebih penelitian ini akan memperlihatkan faktor determinan seorang mahasiswa dalam mengenali hoaks yang berasal dari media sosial.

METODE

Metode dalam penelitian ini adalah survey. Informasi dikumpulkan dari responden dengan menggunakan kuesioner. Teknik pengambilan sampling dalam penelitian ini yaitu menggunakan *non probability sampling (purposive sampling)* atau sampel bertujuan. Lalu dalam teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis regresi linier berganda menggunakan bantuan *software spss*. Perumusan model analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu:

$$\text{Pengambilan Pesan} = b_0 + b_1 X_1 \text{Penggunaan Media} + b_2 X_2 \text{Penyimpanan Pesan} + b_3 X_3 \text{Gender} + b_4 X_4 \text{Kelompok Jurusan} + b_5 X_5 \text{Pendapatan Orang Tua} + b_6 X_6 \text{Pendidikan Orang Tua} + \epsilon$$

Adapun hipotesis dalam penelitian ini yaitu:

1. H_a : Terdapat pengaruh antara *penggunaan media* terhadap pengambilan pesan dari memori otak dalam mengenali hoaks. Sedangkan H_0 : Tidak terdapat pengaruh antara *penggunaan media* terhadap pengambilan pesan dari memori otak dalam mengenali hoaks.
2. H_a : Terdapat pengaruh antara *penyimpanan pesan* terhadap pengambilan pesan dari memori otak dalam mengenali hoaks. Sedangkan H_0 : Tidak terdapat pengaruh antara *penyimpanan pesan* terhadap pengambilan pesan dari memori otak dalam mengenali hoaks.
3. H_a : Terdapat pengaruh *gender* terhadap pengambilan pesan dari memori otak dalam mengenali hoaks. Sedangkan H_0 : Tidak terdapat pengaruh *gender* terhadap pengambilan pesan dari memori otak dalam mengenali hoaks.
4. H_a : Terdapat pengaruh *kelompok jurusan* terhadap pengambilan pesan dari memori otak dalam mengenali hoaks. Sedangkan H_0 : Tidak terdapat pengaruh *kelompok jurusan* terhadap pengambilan pesan dari memori otak dalam mengenali hoaks.
5. H_a : Terdapat pengaruh *pendapatan orang tua* terhadap pengambilan pesan dari memori otak dalam mengenali hoaks. Sedangkan H_0 : Tidak terdapat pengaruh *pendapatan orang tua* terhadap pengambilan pesan dari memori otak dalam mengenali hoaks.
6. H_a : Terdapat pengaruh *pendidikan orang tua* informasi terhadap pengambilan pesan di memori otak dalam mengenali hoaks. Sedangkan H_0 : Tidak terdapat pengaruh *pendidikan orang tua* informasi terhadap pengambilan pesan dari memori otak dalam mengenali hoaks.
7. H_a : Terdapat pengaruh secara bersama-sama *penggunaan media, penyimpanan pesan, gender, kelompok jurusan, pendapatan orang tua, dan pendidikan orang tua* terhadap pengambilan dari memori otak pesan dalam mengenali hoaks. Sedangkan H_0 : Tidak terdapat pengaruh secara Bersama-sama *penggunaan media, penyimpanan pesan, gender, kelompok jurusan, pendapatan orang tua, dan pendidikan orang tua* terhadap pengambilan pesan dari memori otak dalam mengenali hoaks.

Data yang digunakan dalam penelitian ini berdasarkan hasil survey yang dilakukan terhadap 100 orang mahasiswa UIN Syarif Hidayatullah Jakarta sebagai sampel. Mereka yang menjadi sampel tersebut memiliki karakteristik mahasiswa pengguna

media sosial secara aktif baik itu melalui fasilitas laptop/komputer pribadi, gawai, komputer rental/sewa hingga fasilitas milik kampus serta mahasiswa strata 1 angkatan 2015, 2016, dan 2017 yang artinya berusia antara 19-23 tahun.

HASIL DAN DISKUSI

Hasil pada penelitian ini, dengan subjek penelitian 100 orang mahasiswa UIN Jakarta, maka peneliti menemukan hasil regresi linier berganda dari pengaruh penggunaan media, penyimpanan pesan, gender, kelompok jurusan, pendapatan orang tua, dan pendidikan orang tua terhadap pengambilan dari memori otak untuk mengenali hoaks sebagai berikut:

Tabel 1. Hasil Regresi Linier Berganda

No	Variabel	Coefficient	Prob.
1	Constanta	8.235	0.000
2	Penggunaan Media	-0.150	0.001
3	Penyimpanan Pesan	0.024	0.000
4	Gender	0.040	0.119
5	Kelompok Jurusan	0.041	0.100
6	Pendapatan Orang Tua	0.000	0.985
7	Pendidikan Orang Tua	0.010	0.721
R Square		0.576	
Adj. R Square		0.549	
F-statistic		21.048	
Prob. (F-statistic)		0.000	
Durbin-Watson stat		2.000	

Jika dilihat dari tabel 1 di atas, nilai probabilitas pada variabel *penggunaan media* sebesar $0.001 < 0.05$ Ini menunjukkan bahwa variabel penggunaan media berpengaruh signifikan terhadap *pengambilan pesan* dari memori otak untuk mengenali hoaks. Sehingga dengan demikian, hipotesis pertama penelitian ini mampu menolak H_0 dan menerima H_a .

Hasil dari nilai beta koefisien penggunaan media sebesar -0.150 dengan nilai signifikansi sebesar $0.001 < 0.05$, maka penggunaan media berpengaruh negatif dan signifikan terhadap pengambilan pesan dari memori otak untuk mengenali hoaks. Dapat dilihat bahwa koefisien yang diperoleh bernilai negatif, maka hubungan kedua variabel itu negatif. Hubungan negatif memiliki makna jika nilai pada variabel independen meningkat (tinggi), maka variabel dependen turun (rendah). Jadi apabila terjadi

peningkatan pada variabel penggunaan media, maka variabel pengambilan pesan akan menurun dan sebaliknya. Itu dapat dijelaskan bahwa jika terjadi peningkatan penggunaan media sosial maka terjadi penurunan dalam pengambilan pesan dari memori untuk mengenali hoaks. Artinya, jika penggunaan media sosial semakin tinggi, seseorang akan semakin sulit mengenali hoaks, begitu juga sebaliknya.

Temuan di atas seperti studi yang diungkapkan oleh Andrew Whitworth (2009) tentang apa yang disebut dengan obesitas informasi. Yaitu kondisi masyarakat saat ini yang intens menggunakan media sosial sehingga mengakibatkan mereka terlalu banyak menerima informasi hingga mengalami obesitas informasi. Hal itu berdampak pada ketidakmampuan seseorang mengubah informasi yang terlalu banyak menjadi pengetahuan, yang seharusnya digunakan untuk mendukung pikiran, tubuh, kehidupan, dan lingkungan. konteks penelitian ini yaitu penggunaan media sosial yang tinggi berpengaruh pada ketidakmampuan seseorang mengenali hoaks. Karena semakin tinggi penggunaan media sosial hingga terlalu banyaknya informasi yang diterima mengakibatkan seseorang mengalami obesitas informasi. Kondisi itu membuat seseorang tidak mampu mengolah dan mengubah informasi tersebut menjadi pengetahuan yang pada akhirnya ia sulit mengenali mengenali hoaks.

Di sisi lain, meskipun dalam penggunaan media sosial telah terbukti terdapat fenomena *echo chamber effect* (efek ruang gema), yaitu fenomena yang merujuk pada situasi ketika seseorang hanya ingin “mendengar suara mereka sendiri”, atau khususnya situasi ketika pengguna media sosial hanya ingin mengonsumsi konten yang mengekspresikan sudut pandang yang sama dengan yang dipegang atau diungkapkan berdasarkan pilihan dan kepentingan pengguna sendiri, (Garimella, 2018) obesitas informasi tetap tak bisa terhindarkan. Aristides Gionis dkk mengidentifikasi keberadaan efek ruang gema salah satunya karena adanya mekanisme psikologis yaitu kecenderungan individu untuk menyukai informasi yang sejalan dengan pandangan mereka yang sudah ada sebelumnya sambil menghindari informasi yang kontradiktif. Hal itu ditambah dengan keberadaan algoritma khusus dari platform media sosial yang mengatur konten yang muncul di beranda seseorang sesuai dengan konten yang mereka sukai. Namun fenomena efek ruang gema itu tetap memungkinkan seseorang mengalami obesitas informasi. Yaitu ketika informasi yang dipilih berdasarkan kepentingan pengguna media sosial diterima begitu banyak sehingga mengabaikan kebenaran informasi tersebut, maka tentu saja pengguna akan kesulitan mengenali informasi hoaks.

Kemudian jika dilihat dari tabel 1 di atas nilai probabilitas pada variabel *penyimpanan pesan* sebesar $0.000 < 0.05$ (α 5%). Ini menunjukkan bahwa variabel penyimpanan pesan berpengaruh signifikan terhadap *pengambilan pesan* dari memori otak untuk mengenali hoaks. Sehingga dengan demikian, hipotesis kedua dalam penelitian ini mampu menolak H_0 dan menerima H_a .

Berdasarkan hasil analisis regresi linear berganda pada tabel 1.4 yang menunjukkan nilai koefisien beta penyimpanan pesan sebesar 0.024 dengan nilai signifikansi sebesar $0.000 < 0.05$, maka ditemukan bahwa penyimpanan pesan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengambilan pesan dari memori otak untuk mengenali hoaks. Dapat dilihat bahwa koefisien yang diperoleh bernilai positif, maka hubungan kedua variabel itu positif. Hubungan positif memiliki makna jika nilai pada variabel independen meningkat (tinggi), maka variabel dependen juga meningkat (tinggi). Jadi apabila terjadi peningkatan pada variabel penyimpanan pesan, maka variabel

pengambilan pesan akan ikut meningkat dan sebaliknya. Itu dapat dijelaskan bahwa jika terjadi peningkatan penyimpanan pesan di memori otak maka terjadi peningkatan juga dalam pengambilan pesan dari memori untuk mengenali hoaks. Artinya, jika penyimpanan pesan semakin baik, seseorang akan semakin mudah mengenali hoaks, begitu juga sebaliknya.

Temuan di atas yang menunjukkan semakin baik penyimpanan pesan di memori, semakin mudah seseorang mengenali hoaks. Ini dapat dijelaskan seperti yang diungkapkan oleh Klimesch (1994), Eysenck dan Keane (1990) dalam studi mengenai model kapasitas terbatas yang disampaikan Lang (2000) mengenai apa yang disebut dengan jaringan memori asosiasi. Yaitu ketika memori sedang diaktifkan dan digunakan, maka proses penyimpanan itu berjalan melalui asosiasi, yaitu suatu proses yang membuat ingatan yang memiliki tautan akan lebih aktif, daripada ingatan yang tidak memiliki tautan. Hal ini dikarenakan setiap orang memiliki tautan yang berbeda di otak sehingga mereka memiliki keterbatasan dalam menyimpan informasi di memori. Seperti yang sudah dijelaskan sebelumnya, penyimpanan informasi di sini bukan mengenai seberapa banyak informasi yang dapat disimpan, namun dalam konteks penelitian ini penyimpanan dimaksudkan sebagai seberapa banyak informasi itu dapat ditautkan atau diasosiasikan dengan tautan yang tersedia di dalam memori otak. Banyaknya jumlah tautan yang tersedia di memori seseorang seperti yang dikatakan oleh Lang (2000) tergantung pada tujuan, kebutuhan, dan lingkungan seseorang, sehingga tautan setiap orang akan berbeda dan terbatas. Maka penyimpanan di sini dijelaskan sebagai proses menghubungkan ingatan baru yang telah diubah menjadi representasi mental dengan ingatan yang lama atau kenangan berupa tautan yang telah tersedia sebelumnya di memori otak seseorang. Semakin banyak asosiasi yang terbentuk antara informasi baru dan lama, semakin lengkap ingatan tersebut disimpan lalu diambil untuk dikeluarkan menjadi pengetahuan, dalam konteks penelitian ini pengetahuan untuk mengenali hoaks. Sebagai contoh, seseorang yang berada di lingkungan yang fokus terhadap bidang ilmu keagamaan dimungkinkan memiliki tautan di memori mengenai keagamaan lebih baik daripada seseorang yang berada di lingkungan bidang eksak, begitu juga sebaliknya. Sehingga dimungkinkan seseorang yang berada di lingkungan keagamaan memiliki keterbatasan dan lebih sulit mengenali hoaks yang berasal dari bidang eksak, begitu pula sebaliknya.

Maka dari itu, dalam konteks penelitian ini penjelasan di atas mengenai penyimpanan pesan di memori otak dan penggunaan media sosial dapat dikatakan menjadi faktor determinan seseorang dalam mengenali hoaks. Itu dapat dijelaskan bahwa dalam proses pengambilan pesan di memori untuk mengenali hoaks, seseorang akan mengaktifkan kembali representasi mental yang telah tersimpan di memori otak, di mana ini merupakan proses pencarian jaringan memori asosiatif untuk informasi tertentu dan mengaktifkan kembali representasi mental tersebut ke dalam memori kerja. Pada umumnya, semakin banyak informasi yang diterima itu memiliki tautan di otak, maka semakin teliti informasi itu disimpan, sehingga semakin mudah diperoleh kembali lalu dikeluarkan menjadi pengetahuan, dalam penelitian ini disebut penyimpanan pesan di memori otak. Sementara representasi mental yang disimpan itu berasal dari pesan yang telah disandikan yang berasal dari jumlah paparan dari media, dalam penelitian ini disebut dengan penggunaan media. Penggunaan media sebagai proses encoding atau penyandian yaitu merubah pesan menjadi representasi mental untuk disimpan di memori seseorang. Sehingga dalam mengenali hoaks, faktor determinan yang memengaruhi

pengambilan pesan di memori untuk dikeluarkan menjadi pengetahuan agar dapat mengenali hoaks yaitu penggunaan media dan penyimpanan pesan di memori otak.

Adapun nilai probabilitas yang berada dalam tabel 1 di atas pada variabel *gender* sebesar $0.119 > 0.05$, pada variabel *kelompok jurusan* sebesar $0.100 > 0.05$, pada variabel *pendapatan orang tua* sebesar $0.985 > 0.05$, dan pada variabel *pendidikan orang tua* sebesar $0.721 > 0.05$. Hal itu menunjukkan bahwa variabel-variabel tersebut tidak berpengaruh signifikan terhadap *pengambilan pesan* dari memori otak untuk mengenali hoaks. Dengan demikian, pada hipotesis ketiga, keempat, kelima dan keenam yang ada di dalam penelitian ini tidak memiliki kemampuan menolak H_0 dan menerima H_a .

Temuan ini seperti hasil studi dalam model kapasitas terbatas untuk kasus menonton televisi, proses penyandian (penggunaan media) dan penyimpanan (penyimpanan pesan) yang berpengaruh terhadap proses pengambilan (pengambilan pesan), bukan faktor *gender*, *kelompok jurusan*, *pendapatan orang tua*, dan *Pendidikan orang tua*. (lang,2000).

Sedangkan jika dilihat pada nilai F-statistic yang berada dalam tabel 1 di atas sebesar $0.000 < 0.05$, maka dapat disimpulkan bahwa secara simultan atau bersama-sama, paling tidak ada satu variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Ini berarti dalam model penelitian yang dibentuk, terdapat paling tidak ada satu variabel independen di antara variabel *penggunaan media*, *penyimpanan pesan*, *gender*, *kelompok jurusan*, *pendapatan orang tua*, dan *pendidikan orang tua* yang memiliki pengaruh signifikan terhadap *pengambilan pesan* dari memori otak untuk mengenali hoaks dalam mengenali hoaks. Maka dari itu, pada hipotesis ketujuh yang ada di dalam penelitian ini memiliki kemampuan untuk menolak H_0 dan menerima H_a .

Adapun hasil tabel 1 diatas, koefisien R Square sebesar 0.576. Hal ini menunjukkan bahwa keragaman variabel *pengambilan pesan* yang mampu dijelaskan oleh variabel (*penggunaan media*), variabel *penyimpanan pesan*, variabel *gender*, variabel *kelompok jurusan*, variabel *pendapatan orang tua*, dan variabel *pendidikan orang tua* sebesar 57,6 % atau bisa diterjemahkan bahwa pengaruh variabel-variabel independen dalam penelitian ini terhadap variabel dependen sebesar 57,6%. Sisanya, yaitu sebesar 42,4% variabel dependen dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini antara lain yaitu literasi media. Janies W Potter (2008) mendefinisikan literasi media sebagai satu perangkat perspektif ketika seseorang secara aktif memberdayakan diri mereka sendiri dalam menafsirkan pesan-pesan yang diterima dan bagaimana cara merespons dan mengantisipasinya. Literasi juga dapat dipahami sebagai suatu rangkaian gerakan melek media yang bertujuan untuk meningkatkan kontrol pada individu terhadap berbagai media yang digunakan dalam melakukan pengiriman dan penerimaan pesan (Alif,2018). Literasi media adalah pendidikan yang mengajari khalayak media agar memiliki kemampuan menganalisis pesan media, memahami bahwa media memiliki tujuan komersial/bisnis dan politik sehingga mereka mampu bertanggungjawab dan memberikan respon yang benar ketika berhadapan dengan media (Rochimah,2013).

Alasan tidak melibatkan literasi media dalam penelitian ini karena peneliti menganggap, responden yang terdiri dari mahasiswa memiliki kemampuan literasi yang baik. Selain itu, literasi media tidak dilibatkan dalam penelitian ini karena berdasarkan laporan Tempo, Selasa 5 Juni 2018 yang mengatakan bahwa Goenawan Mohammad

(GM), salah satu wartawan senior menyebarkan hoaks hingga viral tentang, “*Buka Puasa Terpanjang di Hannover, Jerman*” GM sendiri merupakan tokoh jurnalis yang terpandang dengan kemampuan literasi media tidak perlu diragukan. Namun dalam konteks tersebut, ia terlibat dalam penyebaran hoaks. Selain itu, Ignatius Haryanto, Jurnalis dan Pengajar Jurnalistik dalam opini “*Menghadapi Masyarakat Pasca Kebenaran*” yang dimuat Kompas pada Jumat, 24 Mei 2019 mengatakan bahwa dalam menghadapi hoaks di era masyarakat pasca kebenaran, yang dihadapi bukanlah mereka yang tak berpendidikan atau tidak memiliki gelar akademi, namun mereka yang berpendidikan tinggi bahkan tak jarang bergelar tinggi secara akademis, dalam hal ini mereka memiliki literasi media yang baik (Kompas, 2009).

KESIMPULAN

Penelitian menemukan bahwa sumbangan pengaruh dari seluruh variabel independen terhadap variabel *pengambilan pesan* dalam mengenali hoaks adalah sebesar 57,6%. Sisanya, yaitu sebesar 42,4% variabel dependen dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. faktor determinan yang memengaruhi seseorang dalam mengenali hoaks terdapat dua faktor yaitu penggunaan media sosial dan pengambilan pesan dari memori otak. Jika penggunaan media sosial semakin tinggi, seseorang akan semakin sulit mengenali hoaks, begitu juga sebaliknya. Selanjutnya jika penyimpanan pesan semakin baik, seseorang akan semakin mudah mengenali hoaks, begitu juga sebaliknya.

REFRENSI

- Allcott, Hunt and Matthew Gentzkow. Social Media and Fake News in the 2016 Election. *Journal of Economic Perspectives* Volume 31. Number 2. Spring. 2017.
- Beer. D. & Burrows. R. Sociology and. of and in Web 2.0: Some initial considerations. *Sociological Research Online*. 2(5). 2007.
- Bungin, Burhan. *Metodologi Penelitian Sosial Ekonomi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2013.
- Data Pengguna Internet 2017 yang dirilis oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia pada tahun 2018
- Eysenck, M. W., & Keane, M. T. *Cognitive psychology. A student's handbook*. Hove, UK: Erlbaum. 1990.
- Eysenck. M. W. *Principles of cognitive psychology*. Hillsdale. NJ: Erlbaum. 1993.
- Gackenbach, Jayne, Yue Yu·Ming-Ni Lee, Zongkui Zhou, Gino Yu. *Gaming, Social Media, and Gender in Chinese and Canadian Cultures*. *Gender. Technology and Development* 20(3) 243-278. Asian Institute of Technology. SAGE Publications. 2016.
- Garfield Bob. *How Social Medias Short News Cycle Can Precipitate Bad Journalism*. Mashable. 2011.
- Garimella, Kiran, Aristides Gionis, Gianmarco De Francisci Morales, dan Michael Mathioudakis, *Political Discourse on Social Media: Echo Chambers, Gatekeepers, and the Price of Bipartisanship*. This paper is published under the Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0) license. Authors reserve their rights to disseminate the work on their personal and corporate Web sites with the appropriate attribution. April 23-27. Lyon. France. 2018.

- Ghosh, Angshuman, Sanjeev Varshney, Pingali Venugopal. *Social Media WOM: Definition, Consequences and Inter-relationships*, *Social Media WOM: Definition, Consequences and Inter-relationships*, *Management and Labour Studies* 39 (3). Sage Publication, 2014.
- Ghozali, Imam. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan SPSS*. Semarang: Badan Penerbit UNDIP. 2005.
- Gujarati, D. *Basic Econometrics*. New York: McGraw-Hill Companies. 2004.
- Hasil Survey Mastel Tentang Wabah Hoaks Nasional yang dirilis oleh Masyarakat Telematika Indonesia Jakarta pada 13 Februari 2017.
<https://cekfakta.tempo.co/fakta/37/fakta-atau-hoax-apakah-buka-puasa-terpanjang-ada-di-hanover-jerman> diakses pada 12-11-2019.
- <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/02/08/berapa-pengguna-media-sosial-indonesia> (diakses: 25-3-2-2018)
- <https://firstdraftnews.org/fake-news-complicated/>. Wardle, C. Fake news. It's complicated. First Draft. diakses: 1 November 2018.
- <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/hoaks> (diakses: 05-04-2018)
- <https://www.liputan6.com/news/read/2820443/darimana-asal-usul-hoaks> (diakses: 18-05-2018)
- <https://www.theguardian.com/australia-news/2017/jan/25/fake-news-named-word-of-the-year-by-macquarie-dictionary>. Hunt. E.. 'Fake news' named word of the year by Macquarie Dictionary. The Guardian (Australian edition). (diakses 1 Nov 2018)
- Internet World Stats. 2017. The Internet Big Picture: World Internet Users and 2017 Population Stats. March 2017.
- Kaplan. A.M. & Haenlein. M. The fairy land of second life: Virtual social worlds and how to use them. *Business Horizons*. 52 (6). 2009.
- Kaplan. A.M. & Haenlein. M. Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media. *Business Horizons*. 5J (1). 2010.
- Kenneth D. Bailey. *Methods of Social Research*, 3rd ed. Free Press: London. 1986.
- Klimesch, W. The structure of long-term memory: A connectivity model of semantic processing. Hillsdale. NJ: Erlbaum. 1994.
- Koran Kompas, Opini: Menghadapi Masyarakat Pasca-Kebenaran, Jumat, 24 Mei 2019
- Lang, Annie. The Limited Capacity Model of Mediated Message Processing. *Journal of Communication*. Winter. 2000.
- Lang, Annie. Using the Limited Capacity Model of Motivated Mediated Message Processing to Design Effective Cancer Communication Messages, *Journal of Communication* 56. 2006. S57-S80. International Communication Association. 2006.
- Martono, Nanang. *Metode Penelitian Sosial: Konsep-Konsep Kunci*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2016.
- Morahan-Martin, J., & Schumacher, P. Gender differences in internet usage, behaviors and attitudes among undergraduates. *Proceedings of the Seventh International Conference on Human-Computer Interaction*, San Francisco, CA. 1997.
- Parke. Phoebe. How Many People Use Social Media in Africa? CNN, January 2016.
- Patricia M. Odell, Kathleen O. Korgen, Phyllis Schumacher, and Michael Delucchi. Internet Use Among Female And Male College Students. *Cyberpsychology & Behavior*. Volume 3, Number 5. 2000.

- Pellegrini, LA. *An Argument For Criminal Hoaks*. Disertasi. University of Southern California. 2008.
- Potter. W. James. *Media Literacy 4th Edition*. University of California. Santa Barbara. Los Angeles : Sage Publications. 2008.
- Rochimah. Nur dan Junaedi, Fajar. *Tips Memilih Program Televisi, Internet, Dan Media Massa Yang Tepat Bagi Anak*. Penerbit: Mata Padi Presindo. Yogyakarta. 2013.
- Sanger, D. Big racial disparity persists in Internet Use. *Noe York Times*. July 9. 1999.
- Shihab, M. Quraish. *Tafsir Al-Misbah Pesan, Kesan dan Keserasian AlQuran*. Jakarta: Lentera Hati, vol. 9, 2002.
- Silverman, Craig. *Journalism: A Tow/Knight Report."Lies, Damn Lies, and Viral Content"*. *Columbia Journalism Review*. 2015.
- Tandoc, E. C., Jr., Lim, Z. W., & Ling. R. Defining "Fake News": A typology of scholarly definitions. *Digital Journalism*, 6, 2018.
- Triartanto. A. Y., Alif, M. I., Hardian. A., Kurniawan, F., & Suryanto. A. D. Literasi Media dalam menanggulangi berita hoax (Studi pada pelajar SMKN 4 Bekasi dan Mahasiswa AKOM BSI. Jakarta). *Jurnal Abdimas BSI*,(3), 416-423. 2018.
- Trottier Daniel, and Christian Fuchs. *Theorising Social Media. Politics and the State. In Social Media. Politics and the State. Protests. Revolutions. Riots. Crime and Policing in the Age of Facehook. Twitter and YouTube. Chap. 11. edited by Daniel Trottier and Christian Fuchs. London. UK: Routledge. 2015.*
- Tufekci. Zeynep. *Algorithms in Our Midst: Information. Power and Choice When Software Is Everywhere*. In Cosley Dan. Forte Andrea. Ciolfi Luigina. and McDonald David (eds.). *Procecing of the 18th ACM Conference on Computer Supported Cooperative Work & Social Computing. 14-18 March. 2015. Canada: Vancouver. BC: ACM. 2015.*
- UILib.berkala, *Stop Hoaks*, Vol 3 No. 1. 2017.
- Vosoughi, Soroush, Deb Roy, dan Sinan Aral, *The Spread Of True and False News Online*, *Science* 09 Mar: Vol. 359, Issue 6380. 2018.
- Whitworth A. *Information Obesity*. Oxford: Chandos Publishing. 2009.
- Zechmeister, E. B., & Nyberg, S. E. *Human memory: An introduction to research and theory*. Monterey, CA: Brooks/Cole. 1982.
- Zechmeister, E. B., & Nyberg, S. E. *Human memory: An introduction to research and theory*. Monterey, CA: Brooks/Cole. 1982.