

Pengaruh Sikap Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro terhadap Tindakan Antisipasi Penyebaran Berita *Hoax* Covid-19 Via Aplikasi Whatsapp pada Anggota Keluarga Generasi *Baby Boomer*

Chresentina Therstiyarni Satir*), Lydia Christiani

*Program Studi Ilmu Perpustakaan, Fakultas Ilmu Budaya, Universitas Diponegoro,
Jl. Prof. Soedarto, SH, Kampus Undip Tembalang, Semarang, Indonesia 50275*

*) Korespondensi: chresentinather10@gmail.com

Abstract

[Title: *The Influence of Attitudes of Students of the Communication Studies Study Program, Faculty of Social and Political Sciences, Diponegoro University on Anticipating the Spread of Hoax Via the Whatsapp Application to Family Members of the Baby Boomer Generation*] This study discusses the influence of the attitude of students of the Communication Studies Program, Faculty of Social and Political Sciences, Diponegoro University towards the anticipation of the spread of hoax via the Whatsapp application to family members of the baby boomer generation. The purpose of this study was to determine the attitude of students of the Communication Studies Program, Faculty of Social and Political Sciences, Diponegoro University in anticipating the spread of hoax via the Whatsapp application to family members of the baby boomer. The theory used to measure attitudes is the attitude formation of Azwar (2016) which consists of cognitive, affective, and conative dimensions. This study uses a quantitative method with a descriptive approach. The population in this study were students of the Communication Studies Program, Faculty of Social and Political Sciences, Diponegoro University class 2018-2020 with a sample of 218 respondents obtained using Issac and Michael tables. The data collection technique in this research is using a questionnaire distributed via google form. The results of this study indicate that the cognitive and multidimensional dimensions are included in the category of influencing the anticipation attitude of students of the Communication Science Study Program, Faculty of Social and Political Sciences, Diponegoro University with an average value for cognitive dimensions of 3.57 and multidimensional of 4.03. Based on the results of the calculation of data analysis, it is known that the variable of student anticipation of the Communication Studies Program, Faculty of Social and Political Sciences, Diponegoro University is influenced predominantly by cognitive and multidimensional dimensions.

Keywords: *baby boomers; covid-19 hoax news; students attitude; whatsapp*

Abstrak

Penelitian ini membahas tentang pengaruh sikap mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro terhadap tindakan antisipasi penyebaran berita *hoax* Covid-19 via aplikasi Whatsapp pada anggota keluarga generasi *baby boomer*. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui sikap mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro dalam antisipasi penyebaran berita *hoax* Covid-19 via aplikasi Whatsapp pada anggota keluarga generasi *baby boomer*. Teori yang digunakan untuk mengukur sikap adalah pembentukan sikap Azwar (2016) yang terdiri dari dimensi kognitif, afektif, dan konatif. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Populasi pada penelitian ini adalah mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro angkatan 2018-2020 dengan sampel sebanyak 218 responden yang diperoleh dengan menggunakan tabel Issac dan Michael. Teknik pengambilan data dalam penelitian ini yaitu menggunakan kuesioner yang disebarluaskan melalui *google form*. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa dimensi kognitif dan multidimensi masuk dalam kategori berpengaruh bagi sikap antisipasi mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro dengan nilai rata-rata untuk dimensi kognitif sebesar 3,57 dan multidimensi sebesar 4,03. Berdasarkan hasil perhitungan analisis data, diketahui bahwa variabel sikap antisipasi mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro dipengaruhi secara dominan oleh dimensi kognitif dan multidimensi.

Kata kunci: *baby boomer; berita hoax covid-19; sikap mahasiswa; whatsapp*

1. Pendahuluan

Kemajuan teknologi pada era sekarang ini membuat semua masyarakat dituntut untuk selalu mengikuti perkembangan zaman. Tuntutan masyarakat dalam menggunakan internet sangat tinggi, bahkan saat ini pencarian informasi di media *online* atau internet sangat mudah untuk diakses, masyarakat bebas mencari informasi di media manapun (Winarno dkk., 2017, p. 2). Media *online* yang dimaksud adalah media yang berbasis internet seperti situs *web*, *electronic mail*, dan media sosial lainnya. Pola hidup masyarakat menjadi berubah pada era teknologi ini, salah satunya dalam hal mengonsumsi berita. Masyarakat sangat mudah mengakses berita di manapun karena bebasnya media *online*, sehingga yang terjadi adalah kebebasan dalam mengonsumsi berita. Berita yang dikonsumsi oleh masyarakat sangat beragam, salah satunya dengan menggunakan sebuah aplikasi pesan instan. Berdasarkan maraknya aplikasi, salah satu diantaranya adalah aplikasi Whatsapp. Whatsapp merupakan aplikasi pesan instan dengan menggunakan jaringan internet yang dapat digunakan pada *smartphone* hingga komputer atau laptop dimana para penggunaannya dapat sangat mudah mengirim pesan secara gratis tanpa dipungut biaya apapun (Fauzi, 2017). Penggunaan Whatsapp yang dimanfaatkan oleh semua kalangan mempermudah untuk berkomunikasi satu sama lain, mempermudah mengirimkan pesan atau informasi secara efektif dan efisien (Narti, 2018). Penggunaan aplikasi Whatsapp ini mempunyai dampak dapat berupa dampak positif maupun dampak negatif. Dampak negatif dari aplikasi Whatsapp yang terjadi pada aplikasi Whatsapp yaitu adanya penyebaran berita palsu (*hoax*). Berita *hoax* saat ini sudah merajalela di mana-mana, berita yang tidak benar tersebut menjadi cepat menyebar karena kemudahan menggunakan media internet atau media sosial. *Hoax* merupakan usaha untuk memperdaya orang lain agar mempercayai sesuatu yang sebenarnya belum tentu benar (Winarno dkk., 2017, p. 5).

Fenomena berita palsu atau *hoax* yang nyata pada saat ini berita yang berkaitan dengan Covid-19. Adapun berita yang beredar melalui aplikasi Whatsapp terkait Covid-19 yaitu di Kota Solo telah terjadi penjemputan secara paksa Orang Dalam Pengawasan (ODP) yang dilakukan oleh petugas Kota Solo lengkap dengan menggunakan Alat Pelindung Diri (APD) namun Kominfo mengatakan bahwa berita tersebut tidaklah benar, foto dan video yang beredar bukan berada pada wilayah Kota Solo (Rahayu & Sensusiyati, 2020). Hal ini sangat meresahkan masyarakat, sehingga kepercayaan akan pemerintah dan tenaga kesehatan pun semakin menurun hanya karena berita *hoax* tersebut. Berita *hoax* dapat ditelan mentah-mentah oleh masyarakat bahkan oleh orang yang berpendidikan. Isu-isu yang ada mengenai pemberitaan *hoax* dalam kehidupan sehari-hari masyarakat masih banyak yang mempergunakan aplikasi Whatsapp sebagai media penyebarannya. Oleh sebab itu, pemerintah berusaha untuk mengurangi menyebarnya berita palsu atau *hoax* yaitu dengan cara memblokir situs internet atau *website* yang memang didalamnya terdapat sumber informasi palsu (Siswoko, 2017).

Berita *hoax* yang beredar di media sosial tentunya banyak diterima oleh berbagai kalangan masyarakat yang pada akhirnya menjadi pemicu munculnya keributan (Putri, 2020). Penyebaran berita *hoax* ini ternyata membuat masyarakat menjadi resah. Akibatnya banyak masyarakat yang masih

mempercayai berita *hoax* tersebut. Seseorang melakukan dengan sengaja atau secara sadar akan penyebaran informasi *hoax* yang tidak akurat tentang sesuatu yang dikirim oleh oknum-oknum yang seolah-olah menjadi tokoh atau dibuat seolah-olah dari media berita yang tepercaya juga dapat memancing keresahan masyarakat (Kurniawati, 2020). Generasi *baby boomer* ini dapat menggunakan internet dalam kehidupan sehari-harinya, seperti menggunakan *platform* media digital, salah satunya adalah aplikasi pesan instan Whatsapp. Aplikasi pesan instan seperti Whatsapp, saat ini tidak hanya digunakan oleh kaum remaja hingga dewasa, namun kaum lanjut usia yang berusia 50 tahun ke atas pun menggunakan aplikasi Whatsapp (Permatasari & Manalu, 2021).

Generasi *baby boomer* sangat mudah percaya dengan berita-berita yang beredar pada aplikasi Whatsapp, padahal belum tentu berita tersebut benar. Dengan mudahnya percaya berita *hoax* yang beredar di aplikasi Whatsapp, maka tidak menutup kemungkinan generasi *baby boomer* menyebarkannya kembali kepada orang-orang yang dikenal oleh generasi *baby boomer* tersebut (Permatasari & Manalu, 2021). Fenomena berita *hoax* dapat terjadi pada anggota keluarga yang merupakan generasi *baby boomer*. Bagi generasi *baby boomer* yang mendapatkan berita *hoax* pada media sosial dapat menimbulkan dampak yang negatif. Dampak yang paling terlihat adalah pada elemen kognitif atau tingkat pengetahuan dan pada daya kritis yang mengakibatkan elemen tersebut menjadi sangat lemah, sehingga dapat menyebabkan acuh terhadap informasi yang didapatkan melalui media sosial (Sonia, 2019). Banyaknya informasi yang beredar di media sosial, membuat generasi *baby boomer* yang mengonsumsi berita *hoax* pada media sosial secara bebas dan sulit untuk berpikir secara kritis dengan berita-berita yang beredar di media sosial.

Paparan *hoax* bagi generasi *baby boomer* dapat menyebabkan dampak negatif seperti gangguan pada elemen kognitif dan daya berpikir, selain itu kemampuan yang belum dapat menyesuaikan dalam menghadapi era digital yang dapat menimbulkan kecemasan sehingga dapat mempengaruhi proses pencarian informasi (Putri, 2021). Lalu, usia adalah salah satu faktor yang dapat mempengaruhi gangguan komunikasi dan perbedaan gaya berbahasa (Fauziyyah, 2019). Sehingga, generasi *baby boomer* mudah terpapar *hoax* di media sosial terutama pada aplikasi Whatsapp, berbeda dengan mahasiswa yang memang mempelajari ilmu komunikasi dan memahami mengenai komunikasi digital, terutama pada mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro. Pada proses belajar mengajar, mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro mempelajari mengenai literasi media yang di dalamnya termasuk mengenai *hoax*.

Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro selalu mengimplementasikan ilmu-ilmu tentang *hoax* yang didapat dalam proses belajar mengajar untuk mengedukasi masyarakat pada kegiatan pengabdian masyarakat atau yang biasa disebut Kuliah Kerja Nyata (KKN). Kegiatan mengedukasi masyarakat tentang *hoax* dibawakan dalam sebuah program kegiatan pengabdian masyarakat atau kuliah kerja nyata untuk dapat membantu masyarakat

setempat. Selain itu, para mahasiswa tersebut pasti mempunyai anggota keluarga yang merupakan generasi *baby boomer* seperti kakek, nenek, dan orang tua.

Pada fenomena tersebut, sikap mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro sebagai mahasiswa yang mempelajari penyebaran informasi akan berbeda-beda ketika melihat salah satu anggota keluarganya ikut menyebarkan berita-berita *hoax* di aplikasi Whatsapp. Sebagai mahasiswa ilmu komunikasi yang mengerti bagaimana seharusnya menyikapi fenomena tersebut, maka sikap yang seharusnya dilakukan oleh mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro adalah mengedukasi anggota keluarga yang merupakan generasi *baby boomer*. Penelitian terkait berita *hoax* sudah sering dilakukan, akan tetapi belum ada penelitian yang secara spesifik mengkaji sikap mahasiswa dalamantisipasi penyebaran berita *hoax* Covid-19 via aplikasi Whatsapp pada anggota keluarga generasi *baby boomer* sebagai objek penelitiannya. Hal tersebut menjadi celah keterbaruan penelitian ini. Celah keterbaruan tersebut menjadi pembahasan utama dalam penelitian ini, untuk lebih lanjut mengeksplorasi sikap mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro dalamantisipasi penyebaran berita *hoax* Covid-19 via aplikasi Whatsapp pada anggota keluarga generasi *baby boomer*.

2. Landasan Teori

Sikap merupakan bagian penting dari konsep diri seseorang, selain itu sikap sangat mengikat pada konsep diri seseorang dengan objek sikap, sehingga sikap merupakan hal yang paling melekat pada diri seseorang (Stangor, 2014). Memahami mengenai sikap manusia, tidak cukup hanya satu batasan saja, harus mendalami struktur beserta dengan komponen-komponennya yaitu struktur sikap yang terdiri atas tiga komponen yang tentunya saling menunjang yaitu Kognitif, Afektif, dan Konatif (Azwar, 2016). Sikap sebenarnya tidak dapat dipisahkan dari perilaku seseorang, dalam arti lain, sikap sangat mempengaruhi perilaku melalui segala proses pengambilan keputusan sehingga ketika memperhatikan sebuah objek atau peristiwa, maka dapat mengubah sikap dengan waktu yang singkat (Azwar, 2016). Pada dasarnya, sikap dapat berubah sesuai dengan lingkungan sekitar seorang individu manusia. Oleh karena itu, sikap dipelajari, sehingga dapat disesuaikan dengan keadaan pada saat-saat dan tempat-tempat yang berbeda (Sarwono, 2009, p.203).

Berdasarkan komponen sikap yang telah dijelaskan sebelumnya, diketahui bahwa kemampuan kognitif seseorang akan mempengaruhi sebuah sikap, salah satunya membentuk sikap antisipasi. Sikap antisipasi juga nampak pada generasi *baby boomer* saat menggunakan media sosial. Sebagai pengguna media sosial, generasi *baby boomer* saat ini memerlukan sikap antisipasi dalam penggunaan media sosial guna mencegah dan meminimalisir terjadinya dampak penyebaran berita *hoax*. Berita *hoax* yang beredar biasanya sangat provokatif dan menggiring pembaca ataupun penerima ke arah opini yang negatif. Berita *hoax* berarti segala sesuatu informasi berupa teks atau gambar yang bersifat bohong dengan tujuan untuk menghasut dan menggiring pembaca kearah yang negatif. Adapun jenis-jenis berita bohong atau *hoax*

menurut (Laowo, 2020) yaitu *fake news*, *clickbait*, bias konfirmasi, *misinformation*, *satire*, *post-truth*, dan propaganda.

Berita *hoax* banyak ditemui di media sosial. Di Indonesia, media sosial digunakan oleh berbagai kalangan, mulai dari kalangan anak-anak hingga orang dewasa (Hendra dkk., 2020). Menurut Kementerian Komunikasi dan Informatika (2017) penyebaran berita *hoax* paling banyak beredar di media sosial, sebagian besar melalui facebook dan WhatsApp. Beredarnya berita *hoax* di media sosial juga dapat mempengaruhi masyarakat lintas usia, seperti remaja, dewasa, bahkan lanjut usia. Penyebaran berita *hoax* melalui media sosial seperti WhatsApp, berdasarkan data Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia (2018) banyak dilakukan oleh ibu-ibu yang berusia di atas 45 Tahun.

Terdapat kelompok rentang usia yang rentan terhadap *hoax*, salah satunya adalah usia lanjut atau generasi *baby boomer* (Brashier & Schacter, 2020). Penyebaran berita *hoax* yang terjadi pada generasi *baby boomer* dapat menimbulkan sebuah kerentanan dalam menghadapi media sosial. Kerentanan tersebut ditimbulkan oleh kemampuan kognitif yang semakin menurun seiring bertambahnya usia (Murman, 2015). Pada usia lanjut, kemampuan seseorang untuk menganalisis akurasi dan melakukan validasi sumber informasi yang beredar semakin menurun, seiring dengan penurunan kemampuan kognitif karena usia lanjut, terutama dalam melakukan daya berpikir kritis dan analitis (Murman, 2015). Kemampuan kognitif atau daya berpikir generasi *baby boomer* atau lanjut usia dapat mempengaruhi kehidupan sehari-harinya, termasuk di dalamnya adalah penggunaan media sosial. Kondisi tersebut mengakibatkan generasi *baby boomer* yang kini telah memasuki rentang usia lanjut, rentan terhadap penyebaran berita *hoax*, karena adanya penurunan gangguan fungsi kognitif yang dialami akibat penuaan (Aini & Puspitasari, 2016).

Keharusan generasi *baby boomer* untuk terus beradaptasi dengan teknologi dalam kehidupan sehari-hari, semakin dipercepat urgensinya pada masa pandemi Covid-19. Teknologi mempermudah generasi *baby boomer* untuk mendapatkan sebuah berita, namun tidak dapat dipungkiri bahwa berita yang diterima oleh generasi *baby boomer* tidak semuanya benar atau fakta. Adanya penyebaran berita *hoax* pada media sosial membuat generasi *baby boomer* tidak dapat terhindarkan dari dampak negatif penyebaran berita *hoax*, seperti gangguan kecemasan yang berlebih (Rayani & Purqoti, 2020). Sementara, daya berpikir kritis generasi *baby boomer* akan menurun seiring bertambahnya usia yang membuat terganggunya perhatian lansia akan sesuatu pada kegiatan sehari-harinya, selain itu juga, lansia tidak mampu berpikir jernih atas peristiwa atau kejadian yang sedang dihadapi dan kurang inisiatif (Rahmawati, dkk., 2014). Perubahan yang paling mencolok seiring bertambahnya usia adalah penurunan kinerja yang kompleks serta kemampuan untuk fokus pada informasi spesifik dalam suatu lingkungan (Murman, 2015).

Generasi *baby boomer* tidak dapat terhindarkan dari *hoax*, karena bertambahnya usia dapat mempengaruhi keterampilan kecepatan dalam membuat persepsi terhadap sesuatu (Hartman-stein & Potkanowicz, 2003). Berdasarkan ketidakmampuan generasi *baby boomer* dalam menggunakan media

sosial, maka generasi *baby boomer* atau lansia membutuhkan dukungan dari orang lain disekitarnya dengan membutuhkan sinergi lintas generasi (Priyani, 2017), dalam hal ini dapat dilakukan oleh salah satu anggota keluarga lintas generasi. Oleh sebab itu, pentingnya peran anggota keluarga lintas generasi beradadi sekitar anggota keluarga generasi *baby boomer* atau lansia untuk membantu mengantisipasi paparan berita *hoax* yang beredardi media sosial.

3. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Penelitian ini mengukur sikap mahasiswa program studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro dalamantisipasi penyebaran berita *hoax* Covid-19 via aplikasi Whatsapp pada anggota keluarga generasi *baby boomer*. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan kuesioner yangdibagikan melalui media *google form* yang kemudian disebarkan kepada responden. Kuesioner yang digunakan yaitu kuesioner tertutup dan disebarkan kepada responden yang merupakan mahasiswa aktif Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro. Skala pengukuran yang digunakan adalah skala likert. Kemudian, data penelitian ini akan diukur mulai dengan tinggi rendahnya tanggapan responden yang ada pada kuesioner menjadi skala interval.

4. Hasil dan Pembahasan

4.1 Uji Instrumen

4.1.1 Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk memastikan bahwa butir-butir dari kuesioner sudah sesuai dengan penelitian. Uji validitas dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada 30 responden. Hal tersebut sesuai dengan pendapat Effendi & Singarimbun (1995) bahwa jumlah minimal uji coba kuesioner adalah minimal 30 responden, lalu dengan jumlah minimal 30 responden, maka distribusi nilai akan mendekati normal. Kuesioner yang telah terisi akan menghasilkan data mentah yang kemudian akan dilakukan penyuntingan untuk memastikan bahwa seluruh responden telah mengisi seluruh pernyataan kuesioner dengan benar. Selanjutnya, dilakukan pengkodean (*coding*) dengan menggunakan *software* Microsoft Excel 2010. Kemudian, tahap berikutnya adalah dilakukan validitas instrumen data dengan menggunakan rumus *corrected item to total correlation* yang dapat dihitung dengan bantuan *software* *Statistical Product and Service Solution* (SPSS) versi 25. Butir-butir pernyataan akan dikatakan valid jika nilai r_{hitung} lebih besar dari pada nilai r_{tabel} data. Uji validitas pada penelitian ini dilakukan pada setiap dimensi dengan hasil lebih dari 0,361 dengan jumlah pernyataan dari kuesioner adalah 61. Berdasarkan uji validitas, 61 pernyataan dari variabel yang telah diisi penuh oleh responden semuanya dikatakan valid karena memiliki hasil r_{hitung} yang lebih besar dari pada r_{tabel} . Sehingga, seluruh pernyataan pada variabel penelitian ini dianggap layak untuk dijadikan kuesioner.

4.1.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan setelah semua butir pernyataan dikatakan valid untuk memastikan pernyataan pada kuesioner saling berhubungan. Uji reliabilitas dilakukan dengan cara pengulangan atau *test-retest*. Rumus yang digunakan dalam uji reliabilitas adalah rumus *Cronbach's Alpha*. Kuesioner akan dikatakan reliabel jika suatu kuesioner memiliki nilai koefisien *cronbach's alpha* sama atau lebih dari 0,60 (Putri dkk., 2015). Berikut adalah tabel hasil pengujian reliabilitas kuesioner:

Tabel 1. Uji Reliabilitas Penelitian

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Standar Reliabel	Keterangan
Sikap Antisipasi	0.959	0.60	Reliabel

4.2 Analisis Data

Penelitian ini menghitung sikap antisipasi mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro dalam antisipasi penyebaran berita *hoax* Covid-19 via aplikasi Whatsapp pada anggota keluarga generasi *baby boomer* dengan menggunakan Skala Likert. Menurut (Sugiyono, 2019, p. 152) skala likert dapat mengukur sikap, persepsi, dan pendapat seseorang terhadap suatu fenomena, oleh karena penelitian ini mengukur tentang sikap seseorang, maka skala likert adalah skala yang paling cocok digunakan untuk dijadikan skala pengukuran. Skala likert dibagi menjadi lima skala, yaitu mulai dari Sangat Setuju (SS) = 5, Setuju (SS) = 4, Netral (N) = 3, Tidak Setuju (TS) = 2, dan Sangat Tidak Setuju (STS) = 1. Data penelitian ini diukur dengan tinggi rendahnya tanggapan responden pada skala interval. Menentukan skala interval untuk menginterpretasikan nilai setiap kuesioner ditentukan oleh panjang interval pada penelitian. Rumus untuk menentukan panjang interval kelas yaitu sebagai berikut :

$$\begin{aligned} \text{Interval Kelas} &= \frac{\text{nilai besar} - \text{nilai kecil}}{\text{jumlah kelas}} \\ &= \frac{5 - 1}{5} = 0,8 \end{aligned}$$

Hasil panjang interval yang didapatkan dari rumus di atas adalah 0,8. Skala interval dapat diinterpretasikan menjadi nilai setiap pernyataan kuesioner, menurut (Samsu, 2017, p. 154) sebagai berikut:

Sangat Berpengaruh	= 4,20 – 5,00
Berpengaruh	= 3,40 – 4,19
Kurang Berpengaruh	= 2,60 – 3,39
Tidak Berpengaruh	= 1,80 – 2,59

Sangat Tidak Berpengaruh = 1,00 – 1,79

Penyajian data yang dilakukan berupa persentase yang kemudian dihitung *mean* atau rata-ratanya untuk menentukan nilai dari setiap pernyataan, sehingga dapat ditentukan interpretasi data dalam bentuk skala interval. Setelah itu, dapat ditentukan hasil dari analisis data dengan melihat dari kategori tiap indikator, dengan kategori dari sangat tidak berpengaruh sampai sangat berpengaruh, yang kemudian dapat ditarik kesimpulan hasil dari analisis data tersebut. Berikut ini adalah tabel 2 yang merupakan hasil analisis data dari setiap dimensi. Hasil analisis data tersebut merupakan kesimpulan dari analisis deskriptif yang dilakukan dalam penelitian ini. Berikut sajian hasil analisis dimensi kognitif:

Tabel 2. Hasil Analisis Dimensi Kognitif

Dimensi	Indikator	Nilai	Kategori	
Kognitif	Membuat opini public	3,84	Berpengaruh	
	Menggiring publik untuk membentuk persepsi baru	3,73	Berpengaruh	
	Menguji kecerdasan pengguna internet dan tentunya media sosial	4,08	Sangat Berpengaruh	
	Informasi yang digunakan untuk menipu	3,34	Kurang Berpengaruh	
	Tidak dapat membedakan berita	3,50	Berpengaruh	
	Kesalahpahaman mengenai informasi	3,28	Kurang Berpengaruh	
	Kemampuan untuk mengakses	3,05	Kurang Berpengaruh	
	Kemampuan untuk menganalisis	3,54	Berpengaruh	
	Kemampuan untuk mengevaluasi	3,66	Berpengaruh	
	Kemampuan untuk mengkomunikasikan informasi dalam membagikan sebuah informasi di media sosial	3,70	Berpengaruh	
	Belum terbiasa untuk berpendapat atau berdemokrasi secara sehat	3,66	Berpengaruh	
	Menganggap apa yang ada di media sosial adalah benar-benar suatu realitas	3,15	Kurang Berpengaruh	
	Keaktifan daya berpikir kritis	3,84	Berpengaruh	
	Kemampuan untuk menguasai sarana teknologi informasi untuk berkomunikasi dan penyebaran informasi tentang pelayanan kesehatan	3,86	Berpengaruh	
	Kemampuan untuk menguasai sarana teknologi informasi untuk berkomunikasi dan penyebaran informasi tentang pelayanan fasilitas perbankan	3,85	Berpengaruh	
	Kemampuan untuk menguasai sarana teknologi informasi untuk berkomunikasi dan penyebaran informasi tentang belanja	3,76	Berpengaruh	
	Kemampuan untuk menguasai sarana teknologi informasi untuk berkomunikasi dan penyebaran informasi untuk meningkatkan kesempatan kerja bagi lanjut usia	3,40	Berpengaruh	
	Mebutuhkan literasi digital	3,70	Berpengaruh	
	Tidak mampu berpikir jernih atas peristiwa atau kejadian yang sedang dihadapi	3,21	Kurang Berpengaruh	
	Kemampuan untuk fokus pada informasi spesifik	3,18	Kurang Berpengaruh	
	Kemampuan untuk belajar dan menyimpan informasi baru	3,74	Berpengaruh	
	Total		75,07	
	Rata-rata		3,57	

Merujuk pada hasil analisis hasil dimensi kognitif pada tabel 2, dapat diperoleh nilai rata-rata sebesar 3,57 sehingga hasil analisis dimensi kognitif berada pada tingkat 4 dengan interval 3,40 – 4,19 yang masuk dalam kategori berpengaruh. Selanjutnya tabel 3 menjelaskan hasil analisis dari dimensi afektif sebagai berikut:

Tabel 3. Hasil Analisis Dimensi Afektif

Dimensi	Indikator	Pernyataan	Nilai	Kategori	
Afektif	Provokatif	1	3,82	Berpengaruh	
		2	2,43	Tidak Berpengaruh	
	Intoleran	1	2,61	Tidak Berpengaruh	
		2	3,69	Berpengaruh	
	Hal yang dibesar-besarkan untuk mengomentari kejadian yang sedang diperbincangkan oleh masyarakat	1	2,64	Kurang Berpengaruh	
		2	2,95	Kurang Berpengaruh	
	Rasa emosi lebih terlihat dan lebih berperan dari pada fakta yang ada untuk membentuk sebuah opini public	1	2,76	Kurang Berpengaruh	
		2	2,94	Kurang Berpengaruh	
	Meresahkan masyarakat dengan beredarnya informasi-informasi yang tidak dapat dipastikan kebenarannya	1	3,43	Berpengaruh	
		2	3,50	Berpengaruh	
	Total				30,77
	Rata-rata				3,07

Merujuk pada hasil analisis hasil dimensi afektif pada tabel 3, dapat diperoleh nilai rata-rata sebesar 3,07 sehingga dapat diketahui hasil analisis dimensi afektif berada pada tingkat 3 dengan interval 2,60 – 3,39 yang masuk ke dalam kategori kurang berpengaruh. Selanjutnya tabel 4 menjelaskan hasil analisis dari dimensi konatif sebagai berikut:

Tabel 4. Hasil Analisis Dimensi Konatif

Dimensi	Indikator	Pernyataan	Nilai	Kategori
Konatif	Menghasut	1	3,07	Kurang Berpengaruh
	Menggiring pembaca ataupun penerima ke arah opini yang negatif	1	2,95	Kurang Berpengaruh
	Memalsukan	1	3,31	Kurang Berpengaruh
	Menambahkan hal-hal yang tidak benar	1	3,30	Kurang Berpengaruh
	Membuat sebuah berita menjadi lebih buruk	1	3,25	Kurang Berpengaruh
	Judulnya dibuat secara berlebihan untuk memancing para pembaca	1	3,21	Kurang Berpengaruh
	Menafsirkan peristiwa	1	3,21	Kurang Berpengaruh
	Menyebarkan informasi, fakta, gossip, argumen, setengah kebenaran atau	1	2,84	Kurang Berpengaruh

kebohongan untuk mempengaruhi opini masyarakat			
Melaporkan berita <i>hoax</i> yang tersebar di media sosial	1	2,16	Tidak Berpengaruh
Fitnah	1	2,76	Kurang Berpengaruh
Membuat pengaruh dalam membaca minat dan konsumsi informasi	1	3,13	Kurang Berpengaruh
	2	2,86	Kurang Berpengaruh
Berdemokrasi secara sehat	1	2,56	Kurang Berpengaruh
Siap hidup berdampingan dengan alat teknologi	1	3,35	Kurang Berpengaruh
Beradaptasi dengan dunia digital	1	3,11	Kurang Berpengaruh
Kurang inisiatif	1	3,59	Berpengaruh
Keterampilan kecepatan dalam membuat persepsi terhadap sesuatu	1	3,37	Kurang Berpengaruh
Total			53,03
Rata-rata			3,11

Merujuk pada hasil analisis hasil dimensi konatif pada tabel 4, dapat diperoleh nilai rata-rata sebesar 3,11 sehingga dapat diketahui hasil analisis dimensi konatif berada pada tingkat 3 dengan interval 2,60 – 3,39 yang masuk ke dalam kategori kurang berpengaruh. Selanjutnya tabel 5 menjelaskan hasil analisis dari multidimensi sebagai berikut:

Tabel 5. Hasil Analisis Multidimensi

Dimensi	Indikator	Pernyataan	Nilai	Kategori
Multidimensi	Sikap pro-kontra	1	3,86	Berpengaruh
		2	4,23	Sangat Berpengaruh
	Aspek emosional ini biasanya aspek yang akan terus bertahan di dalam diri seseorang yang akan memungkinkan mengubah sikap seseorang	1	4,20	Sangat Berpengaruh
		2	4,17	Berpengaruh
	Kepercayaan seseorang terhadap apa yang berlaku	1	4,06	Berpengaruh
		2	3,52	Berpengaruh
	Memiliki perasaan terhadap sesuatu	1	4,16	Berpengaruh
		2	4,17	Berpengaruh
	Pengambilan keputusan	1	4,00	Berpengaruh
		2	4,07	Berpengaruh
	Bertanya kepada orang lain sebelum mempercayai bahkan sebelum menyebarluaskan kembali	1	3,79	Berpengaruh
	Mengecek atau memeriksa kembali pemilik akun	1	4,15	Berpengaruh
	Mengecek sumber dari berita tersebut	1	4,11	Berpengaruh
	Total			52,49
Rata-rata			4,03	

Merujuk pada hasil analisis hasil multidimensi pada tabel 5, dapat diperoleh nilai rata-rata sebesar sehingga dapat diketahui hasil analisis multidimensi berada pada tingkat 4 dengan interval 3,40 – 4,19 yang masuk ke dalam kategori berpengaruh. . Selanjutnya tabel 6 menjelaskan hasil analisis dari dimensi sebagai berikut:

Tabel 6. Hasil Analisis Dimensi

No.	Dimensi	Nilai Rata-Rata	Kategori
1.	Kognitif	3,57	Berpengaruh
2.	Afektif	3,07	Kurang Berpengaruh
3	Konatif	3,11	Kurang Berpengaruh
4	Multidimensi	4,03	Berpengaruh
Total			13,78
Rata-rata			3,45

Merujuk dari tabel 6 dapat dilihat bahwa tidak semua dimensi masuk dalam kategori berpengaruh, pada dimensi kognitif dan multidimensi masuk dalam kategori berpengaruh terhadap sikap antisipasi mahasiswa Program Studi Ilmu Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro dalam penyebaran berita *hoax* Covid-19 via aplikasi Whatsapp pada anggota keluarga generasi *baby boomer*, sedangkan dimensi afektif dan konatif masuk dalam kategori kurang berpengaruh terhadap sikap antisipasi mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro dalam penyebaran berita *hoax* Covid-19 via aplikasi Whatsapp pada anggota keluarga generasi *baby boomer*.

5. Simpulan

Berdasarkan hasil analisis data terhadap jawaban 218 responden mahasiswa aktif Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro mengenai sikap antisipasi terhadap penyebaran berita *hoax* Covid-19 via aplikasi Whatsapp pada anggota keluarga generasi *baby boomer*, dapat ditarik simpulan bahwa dimensi kognitif dan multidimensi masuk dalam kategori berpengaruh bagi variabel sikap antisipasi mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro dengan nilai rata-rata untuk dimensi kognitif sebesar 3,57 dan multidimensi sebesar 4,03. Sementara itu, dimensi afektif dan dimensi konatif kurang berpengaruh bagi variabel sikap antisipasi mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro dengan nilai rata-rata untuk dimensi afektif sebesar 3,07 dan dimensi konatif sebesar 3,11. Sehingga, dapat dikatakan bahwa variabel sikap antisipasi mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro dipengaruhi secara dominan oleh dimensi kognitif dan multidimensi.

Berdasarkan pernyataan dan indikator nilai rata-rata terendah pada dimensi afektif dan dimensi konatif, dapat disimpulkan bahwa mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro kurang menunjukkan sikap antisipasi terhadap paparan komentar maupun *posting* negatif tentang Covid-19 di media sosial Whatsapp yang cenderung provokatif serta kurang memberikan edukasi tentang pentingnya melakukan pelaporan berita *hoax* yang tersebar di media sosial Whatsapp yang ditemukan oleh anggota keluarga generasi *baby boomer* pada pihak yang berwajib, sebagai bentuk sikap mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro dalam mengantisipasi penyebaran berita *hoax* Covid-19 via aplikasi Whatsapp pada anggota keluarga generasi *baby boomer*.

Daftar Pustaka

- Aini, D. N., & Puspitasari, W. (2016). *Hubungan Fungsi Kognitif Dengan Kualitas Hidup Pada Lansia Di Kelurahan Barusari Kecamatan Semarang Selatan*. 7, 6–12.
- Azwar, S. (2016). *Sikap Manusia : Teori Dan Pengukurannya* (Edisi ke-2). Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Brashier, N. M., & Schacter, D. L. (2020). Aging in an Era of Fake News. *Current Directions in Psychological Science*, 29(3), 316–323. <https://doi.org/10.1177/0963721420915872>
- Effendi, S., & Singarimbun, M. (1995). *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: LP3ES.
- Fauzi, R. (2017). Perubahan Budaya Komunikasi pada Pengguna Whatsapp di Era Media Baru. *JIKE : Jurnal Ilmu Komunikasi Efek*, 1(1). <https://doi.org/10.32534/jike.v1i1.44>
- Fauziyyah, N. (2019). Etika Komunikasi Peserta Didik Digital Natives Melalui Media Komunikasi Online (Whatsapp) Kepada Pendidik: Pekspektif Dosen. *Jurnal Pedagogik*, 06(02), 437–474. Retrieved from <https://ejournal.unuja.ac.id/index.php/pedagogik>
- Hartman-stein, P. E., & Potkanowicz, E. S. (2003). Behavioral Determinants Of Healthy Aging : Good News For The Baby Boomer Generation. *Journal of Issues in Nursing*, 1–27.
- Hendra, R., Guntara, B., Dadang, Sianipar, F. A., & Syaifullah. (2020). Sosialisasi Dampak dan Bahaya Dari Berita Bohong (Hoax) Bagi Generasi Milenial di Indonesia. *Jurnal Abdi Masyarakat Program Studi Teknik Informatika Universitas Pamulang*, 1, 20–35.
- Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia. (2017). Media Sosial Masih Jadi Sarana Penyebaran Berita Palsu dan Isu SARA. Retrieved from Sorotan Media website: https://kominfo.go.id/content/detail/10481/media-sosial-masih-jadi-sarana-penyebaran-berita-palsu-dan-isu-sara/0/sorotan_media
- Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia. (2018). Kominfo: Penyebar Hoaks Berkisar Usia 45 ke Atas. Retrieved November 2, 2021, from Sorotan Media website: https://www.kominfo.go.id/content/detail/15381/kominfo-penyebar-hoaks-berkisar-usia-45-ke-atas/0/sorotan_media
- Kurniawati, Y. R. (2020). Pertanggungjawaban Pidana Atas Penyebaran Berita Bohong (Hoax) di Media Sosial. *Dinamika, Jurnal Ilmiah Ilmu Hukum*, 26(4), 422–437. Retrieved from <http://oreilly.com/catalog/errata.csp?isbn=9781449340377>
- Laowo, Y. S. (2020). Analisis Hukum Tentang Penyebaran Berita Bohong (Hoax) Menurut Uu No . 11 Tahun 2008 Jo Uu No . 19 Tahun. *Journal Education*, 8(1), 440–448.

- Murman, D. L. (2015). The Impact of Age on Cognition. *Seminars in Hearing*, 36(3), 111–121. <https://doi.org/10.1055/s-0035-1555115>
- Narti, S. (2018). Pemanfaatan “Whatsapp” Sebagai Media Komunikasi Dosen Dengan Mahasiswa Bimbingan Skripsi (Studi Analisis Deskriptif Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Bimbingan Skripsi Universitas Dehasen Bengkulu Tahun 2016). *Profesional: Jurnal Komunikasi Dan Administrasi Publik*, 4(1). <https://doi.org/10.37676/professional.v4i1.448>
- Permatasari, S. D., & Manalu, S. R. (2021). Pola Konsumsi Informasi Dan Pengenalan Berita Hoax Di Kalangan Generasi Usia Lanjut Studi Kasus Pada Penggunaan Aplikasi Whatsapp. *Interaksi : Jurnal Ilmu Komunikasi*, 9(3), 230–241.
- Priyani, M. J. R. (2017). Lansia yang bahagia di era internet. *Prosiding Temu Ilmiah Nasional X Ikatan Psikologi Perkembangan Indonesia 1*, 299–306. Retrieved from <http://jurnal.unissula.ac.id/index.php/ippi/article/view/2344/1745>
- Putri, B. A. (2020). Jangan Mudah Termakan Hoax, Saring Sebelum Sharing. Retrieved June 8, 2022, from Kementerian Keuangan Republik Indonesia website: <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/artikel/baca/13206/Jangan-Mudah-Termakan-Hoax-Saring-Sebelum-Sharing.html>
- Putri, F. P., Kennedy, & Kurnia, P. (2015). Pengaruh Pengetahuan Auditor, Pengalaman Auditor, Kompleksitas Tugas, Locus Of Control, Dan Tekanan Ketaatan Terhadap Audit Judgment (Studi Kasus Pada Perwakilan BPKP Provinsi Riau). *Jom FEKON*, 2. Retrieved from <https://jom.unri.ac.id/index.php/JOMFEKON/article/view/8731>
- Putri, Y. (2021). Hadapi Era Digital, Bantu Baby Boomers Bersahabat dengan Teknologi. Retrieved June 17, 2022, from Digital Bisa website: <https://digitalbisa.id/artikel/hadapi-era-digital-bantu-baby-boomers-bersahabat-dengan-teknologi-VjLSh>
- Rahayu, R. N., & Sensusiyati. (2020). *Analisis Berita Hoax Covid - 19 Di Media Sosial Di Indonesia*. 01(09), 60–73.
- Rahmawati, Sya'diyah, S. N., & Ashari, A. (2014). *Perbandingan Kemampuan Kognitif Berdasarkan Kelompok Usia Pada Lansia Di Desa Bakung Kecamatan Kanor Kabupaten Bojonegoro Tahun 2014*. (April), 37–42.
- Rayani, D., & Purqoti, D. N. S. (2020). Kecemasan Keluarga Lansia Terhadap Berita Hoax Di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Bimbingan Dan Konseling*, 5. Retrieved from <https://e-journal.undikma.ac.id/index.php/realita/article/view/2893/1986>
- Samsu. (2017). *Metode Penelitian: Teori dan Aplikasi Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, Mixed Methods, serta Research & Development* (Pertama). Jambi: Pusat Studi Agama dan Kemasyarakatan (PUSAKA).
- Sarwono, S. W. (2009). *Pengantar Psikologi Umum* (Edisi 1; E. A. Meinarno, Ed.). Depok: Rajawali Pers.
- Siswoko, K. H. (2017). Kebijakan Pemerintah Menangkal Penyebaran Berita Palsu atau ‘ Hoax .’ *Muara Ilmu Sosial, Humaniora, Dan Seni*, 1, 13–19.
- Sonia, C. (2019). Literasi Digital Ibu Rumah Tangga di Surabaya sebagai Digital Immigrant dalam Penggunaan Media Sosial di Surabaya. *Universitas Airlangga*, (2014). Retrieved from <http://iib.unair.ac.id>
- Stangor, C. (2014). *Principles of Social Psychology* (1st Intern). BCcampus OpenEd, Minneapolis. Retrieved from <https://2012books.lardbucket.org/pdfs/social-psychology-principles.pdf>

Sugiyono, P. D. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif* (Cetakan ke). Bandung: ALFABETA.

Winarno, S., Suyono, Roosinda, R. F. W., Qorib, F., Hadi, I. P., Fadeli, M., ... Budianto, H. (2017). *Turn Back Hoax : Tantangan Literasi Media Digital* (Cetakan Pe; M. Fadeli, A. Dharmawan, & Nurudin, Eds.). Surabaya: Buku Litera.