

**HUBUNGAN ANTARA GENERASI X, Y, DAN Z DENGAN
LITERASI DIGITAL TERHADAP HOAKS**

SKRIPSI

Diajukan Oleh

**RIZKY MUNAZAR
NIM. 150401026**

Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam



**FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY
BANDA ACEH
1441H / 2020M**

SKRIPSI

**Diajukan kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi
UIN Ar-Raniry Darussalam Banda Aceh
sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh
Gelar Sarjana S-1 dalam Ilmu Dakwah
Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam**



Disetujui Oleh:

Pembimbing I,

Zainuddin T. M. Si
NIP. 19701104 200003 2 004

Pembimbing II,

Arif Ramdan, M. A.
NIDN. 20310780001

SKRIPSI

**Telah Dinilai oleh Panitia Sidang Munaqasyah Skripsi
Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry
dan Dinyatakan Lulus serta Disahkan sebagai
Tugas Akhir untuk Memperoleh Gelar
Sarjana S-1 Ilmu Dakwah
Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam**

Diajukan Oleh

**RIZKY MUNAZAR
NIM. 150401026**

Pada Hari/Tanggal

**Rabu 22 Januari 2020 M
26 Jumadil Awal 1441 H**

**di
Darussalam-Banda Aceh**

Panitia Sidang Munaqasyah

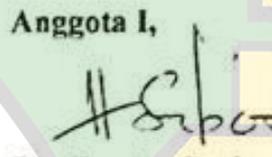
Ketua,


**Zainoddin T., M.Si
NIP. 19701104 200003 1 002**

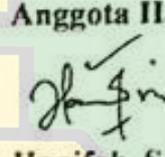
Sekretaris,


**Arif Ramdan, M. A
NIDN. 20310780001**

Anggota I,


**Dr. Hendra Syahputra, M.M
NIP. 19761024 200901 1 005**

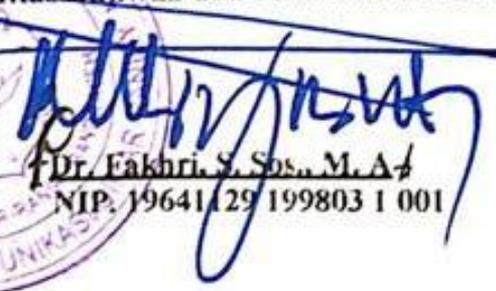
Anggota II,


**Hanifah, S. Sos. I., M. Ag
NIP. 19900920 201903 2 015**

Mengetahui,

Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry




**Dr. Fakhri, S. Sos., M. A
NIP. 19641129 199803 1 001**

PERNYATAAN KEASLIAN

Dengan ini saya:

Nama : Rizky Munazar

NIM : 150401026

Jenjang : Strata Satu (S-1)

Jurusan/Prodi : Komunikasi dan Penyiaran Islam.

Menyatakan bahwa dalam Skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dirujuk dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka. Jika di kemudian hari ada tuntutan dari pihak lain atas karya saya, dan ternyata memang ditemukan bukti bahwa saya telah melanggar pernyataan ini, maka saya siap menerima sanksi berdasarkan aturan yang berlaku di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry.

Banda Aceh, 16 Januari 2020

Yang Menyatakan,




Rizky Munazar

جامعة الرانيري

AR - RANIRY

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah berkenan memberikan limpahan Rahmat dan Karunia-Nya kepada penulis sehingga skripsi yang berjudul **“Hubungan Antara Generasi X, Y, dan Z dengan Literasi Digital Terhadap Hoaks”**. Shalawat dan salam tidak lupa pula penulis sampaikan kepada Rasulullah Muhammad SAW beserta keluarga dan sahabatnya.

Penulisan karya ilmiah ini merupakan salah satu syarat untuk mendapatkan gelar sarjana pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Ar-Raniry. Skripsi ini dapat diselesaikan berkat bimbingan, pengarahan, dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa dalam penyusunan skripsi ini jauh dari kata sempurna dan tidak terlepas dari berbagai hambatan dan kesulitan. Namun, penulis berusaha semaksimal mungkin dalam penyusunan skripsi ini dengan kemampuan dan pengetahuan yang penulis miliki, serta berkat bantuan dari berbagai pihak penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Dan dalam kesempatan ini, penulis menyampaikan ucapan terimakasih yang tak terhingga kepada:

1. Dr. Fahri, S.Sos., MA selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Ar-Raniry, Drs. Yusri. M. Lis selaku Pembantu Dekan I, Zainuddin T, S. Ag., M.Si., selaku Pembantu Dekan II, T. Lembong Misbah, S. Ag, MA selaku Pembantu Dekan III, Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Ar-Raniry, Dr. Hendra Syahputra, M.M, selaku Ketua Jurusan

Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry. Dan Anita, S. Ag., M. Hum selaku Sekretaris Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam.

2. Kedua orang tua tercinta Ibu dan Ayah. Ayahanda tercinta Muhammad, dan ibunda tersayang Marliah serta kakak-kakak dan adik yang sangat suportif. Terima kasih atas segala bentuk dukungan yang ayah, ibu dan keluarga berikan. Terima kasih untuk semua doa terbaik yang tidak pernah putus.
3. Kepada Bapak Zainuddin T, M. Si., selaku Penasehat Akademik dan Dosen pembimbing utama dan Bapak Arif Ramdan, M. A., selaku Dosen pembimbing kedua, yang telah meluangkan waktu, pikiran, bimbingan, dan saran sehingga tugas akhir ini dapat terselesaikan.
4. Seluruh staf dan tenaga pengajar Prodi Komunikasi Penyiaran Islam serta Fakultas Dakwah dan Komunikasi beserta jajarannya yang telah membantu terselesaikannya tugas akhir ini.
5. Kepada sahabat terbaik yang senantiasa menemani dan memberikan semangat. Terimakasih untuk Irwanda, Nurul Husna Salahuddin, Farah Dina, Syarifah Seicha, dan Dian Islami.
6. Kepada teman seperjuangan teruntuk Fani, Nadia, Rayyan dan Ferdi, serta kepada seluruh teman di Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam leting 2015.
7. Kepada teman-teman lainnya yang namanya tidak mampu penulis sebutkan satu persatu. Penulis ingin mengucapkan terima kasih banyak atas motivasi dan doanya kepada penulis. Juga penulis berterima kasih atas dukungan dan segala

bentuk bantuan kepada penulis dalam menjalankan penelitian.

Penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak dan juga bagi Perkembangan Ilmu Pengetahuan.

Banda Aceh, 10 Januari 2020
Penulis,

Rizky Munazar



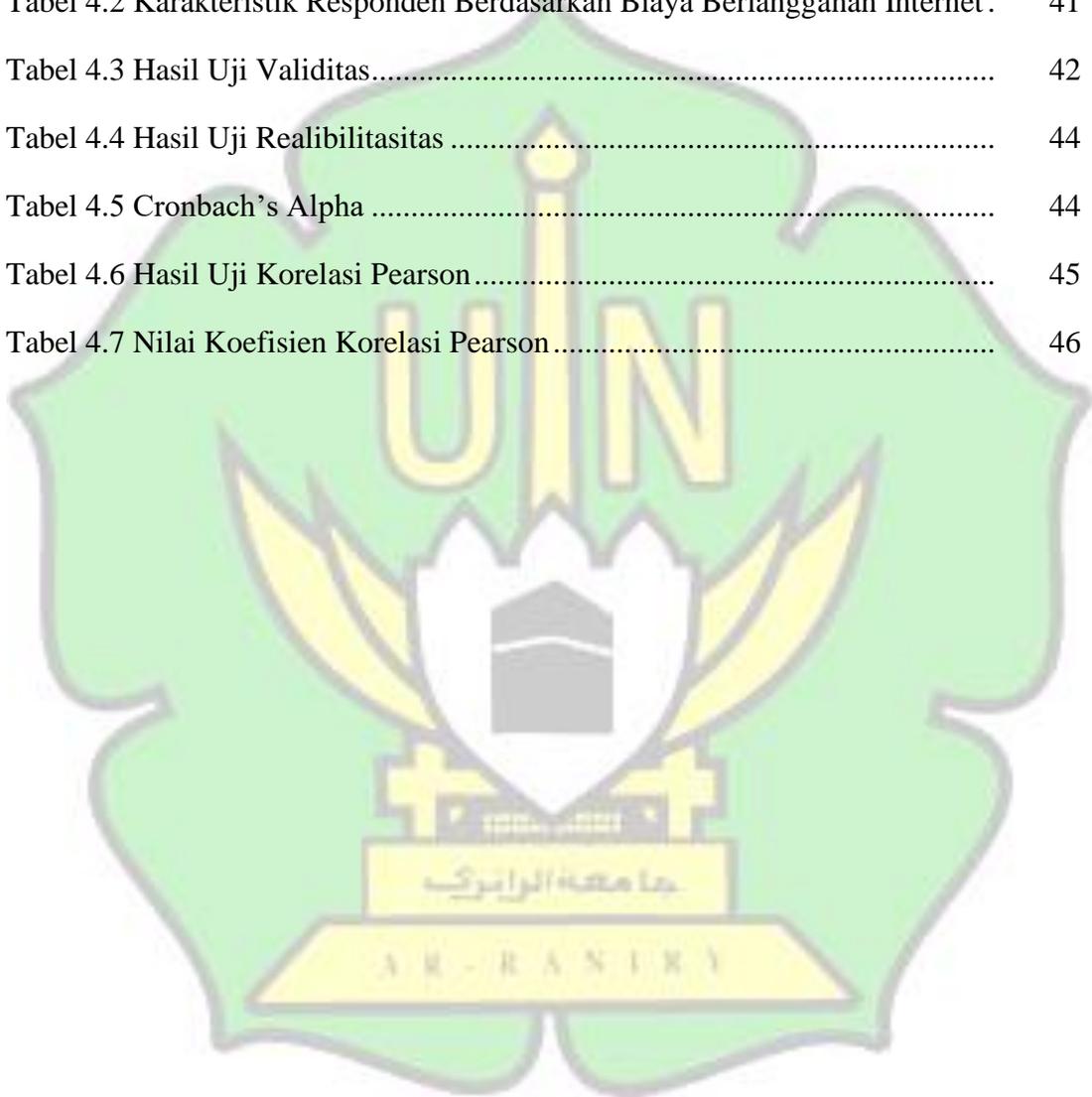
DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL.....	vi
DAFTAR GRAFIK.....	vii
ABSTRAK.....	viii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	3
C. Tujuan Penelitian	3
D. Manfaat Penelitian	3
E. Definisi Operasional	4
F. Hipotesis	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	9
A. Model Komunikasi S – R.....	9
B. Generasi X, Y, dan Z	10
1. Pengertian Generasi X, Y, dan Z.....	10
2. Manfaat Pengelompokan Generasi	13
C. Literasi Digital	14
1. Pengertian Literasi Digital	15
2. Kompetensi Literasi Digital	16
D. Hoaks	18
E. Media Baru.....	28
F. WhatsApp.....	31
BAB III METODE PENELITIAN.....	35
A. Metode dan Pendekatan yang Digunakan.....	35
B. Teknik Pengumpulan Data.....	36

C. Variabel Penelitian.....	37
D. Subjek Penelitian	37
E. Teknik Pengolahan Data	39
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	41
A. Deskripsi Data.....	41
a. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin dan Biaya Internet..	41
B. Uji Instrumen Penelitian	43
a. Uji Validitas	43
b. Uji Realibilitas	45
C. Hasil Penelitian	46
D. Pembahasan.....	48
BAB V PENUTUP.....	51
A. Kesimpulan	51
B. Keterbatasan Penelitian.....	52
C. Saran	53
1. Bagi Pemerintah dan Lembaga Pendidikan Formal.....	53
2. Bagi Masyarakat	53
3. Bagi Peneliti Selanjutnya.....	54
DAFTAR PUSTAKA	55
A. Buku.....	55
B. Skripsi	56
C. Jurnal.....	56
D. Website	56
E. Referensi Lainnya	57

**DAFTAR
TABEL**

Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	41
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Biaya Berlangganan Internet .	41
Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas.....	42
Tabel 4.4 Hasil Uji Realibilitasitas	44
Tabel 4.5 Cronbach's Alpha	44
Tabel 4.6 Hasil Uji Korelasi Pearson.....	45
Tabel 4.7 Nilai Koefisien Korelasi Pearson.....	46



DAFTAR GRAFIK

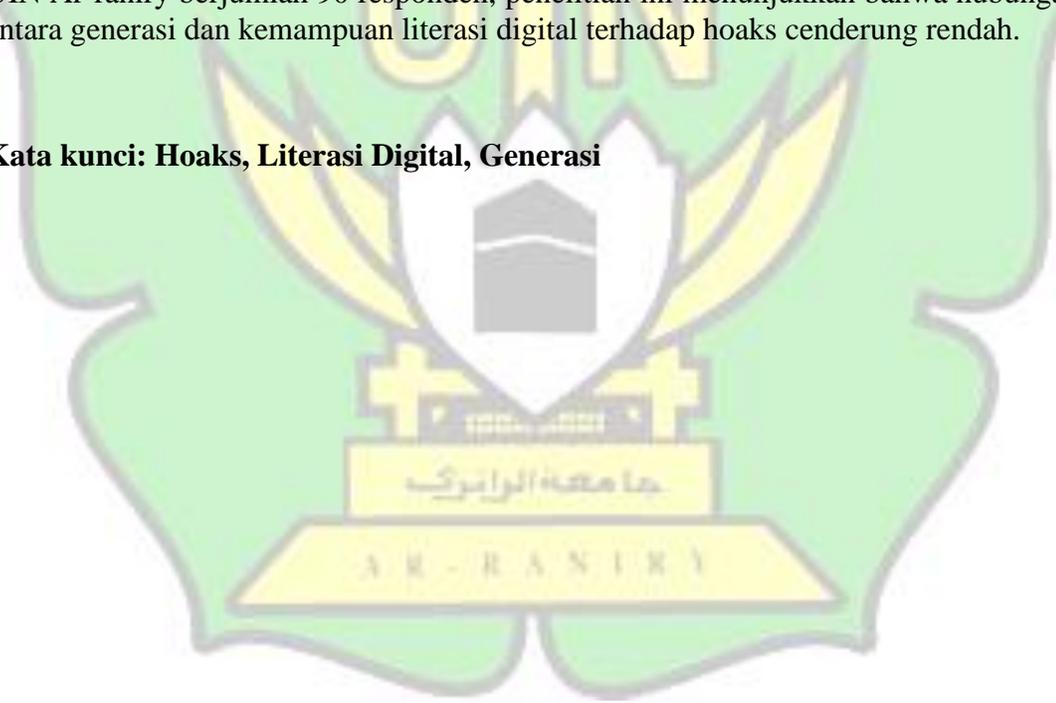
Grafik 4.1 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	48
-----------------------------------------------	----



ABSTRAK

WhatsApp telah memudahkan proses komunikasi di era digital dan merubah pola masyarakat dalam mengakses informasi. Bahkan, *WhatsApp* sering dijadikan sebagai sumber informasi utama. Padahal di *WhatsApp* semua orang dapat bertindak sebagai penyebar informasi yang membuat *WhatsApp* dikenal sebagai sarang persebaran hoaks. Salah satu upaya pencegahan agar masyarakat tidak mudah mempercayai hoaks adalah dengan literasi digital yaitu kemampuan mengakses informasi melalui media digital. Namun kemampuan literasi digital ini juga dipengaruhi oleh pengalaman adopsi perkembangan teknologi sehingga muncul perbedaan pengalaman antara generasi X, Y dan Z. Menggunakan dasar teori pengelompokan generasi dari Singh, A.P. dan Dangmei, J dan kerangka literasi digital yang ditetapkan UNESCO penelitian ini meneliti hubungan antara generasi X, Y, dan Z dengan literasi digital terhadap hoaks di *WhatsApp*. Penulis menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan metode pengumpulan data melalui kuesioner untuk kemudian dilakukan olah data menggunakan rumus statistik korelasi Pearson. Dengan mengambil sampel di UIN Ar-raniry berjumlah 90 responden, penelitian ini menunjukkan bahwa hubungan antara generasi dan kemampuan literasi digital terhadap hoaks cenderung rendah.

Kata kunci: Hoaks, Literasi Digital, Generasi



BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pola masyarakat dalam mengakses informasi telah mengalami pergeseran.¹ Saat ini masyarakat lebih sering mendapatkan informasi melalui *WhatsApp*. Bahkan *WhatsApp* dijadikan sebagai sumber informasi utama oleh masyarakat Kota Banda Aceh. Terbukti dengan maraknya penggunaan frasa “dapat dari *WhatsApp*”.

Di *WhatsApp* semua pengguna dapat bertindak sebagai penyebar informasi. Sehingga saat ini *Whatsapp* dikenal sebagai sarang persebaran informasi yang tidak divalidasi (yang dikenal dengan sebutan hoaks). Diskominfo Kota Banda Aceh mencatat ada 478 isu hoaks beredar hanya dalam kurun waktu satu bulan.² Aceh menjadi salah satu dari tiga provinsi yang paling rentan terhadap hoaks.³ Padahal mayoritas masyarakat Aceh merupakan pemeluk agama islam dan tunduk terhadap syari’at islam. Ajaran Islam sangat menekankan konsep *tabayyun* yaitu konsep memeriksa dan meneliti kembali setiap informasi yang didapat.

Selain *Tabayyun*, literasi digital juga memiliki peran penting. Kemampuan literasi digital yang rendah berdampak terhadap ketidakmampuan individu dalam

¹Christiany Juditha, “*Interaksi Komunikasi Hoax di Media Sosial serta Antisipasinya*”, Jurnal Pekommas, Vol. 3 No. 1, April 2018: 31-44, Hal 31.

² Isu Hoaks Bulanan Maret di Banda Aceh 2019, Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia 2019.

³ LIPI: Jawa Barat, Aceh, dan Banten Tertinggi Informasi Hoaks, <https://www.cnnindonesia.com/nasional/20190118175011-20-362017/lipi-jawa-barat-aceh-dan-banten-tertinggi-informasi-hoaks>. Diakses pada 21 November 2019 pukul 14.38 WIB.

menangkal hoaks. Hal ini terjadi pada individu yang awam dengan penggunaan teknologi yang mayoritas berusia lebih dari 40 tahun (generasi X). Fenomena ini berkaitan erat dengan penelitian yang menunjukkan bahwa individu dengan usia yang lebih tua cenderung mempercayai informasi yang beredar di media sosial.⁴

Keterkaitan antara usia terhadap kemampuan literasi digital terbentuk karena adanya perbedaan adopsi teknologi pada tiap-tiap era. Perbedaan pengalaman ini menciptakan pengelompokan generasi sehingga muncul sebutan generasi X, Y, dan Z. Pengalaman yang berbeda dialami oleh generasi Y dan Z karena generasi ini lahir ditengah kemajuan teknologi digital sehingga disebut *digital native* (asli digital). Kedekatan dengan teknologi membuat generasi Y dan Z lebih mampu menganalisa hoaks yang beredar di *WhatsApp*.

Oleh sebab perbedaan generasi dan kemampuan literasi digital, maka perlu dilakukan penelitian terhadap pengaruh perbedaan generasi terhadap tingkat kepercayaan masyarakat terhadap hoaks yang beredar di *Whatsapp*. Penelitian ini secara komparatif melakukan survey pada generasi X, Y, dan Z. Oleh karena itu penelitian ini mengangkat judul **“Hubungan Antara Generasi X, Y, dan Z Dengan Tingkat Kemampuan Literasi Digital Terhadap Hoaks”**.

⁴ Abdreu Guess, “*Less than you think: Prevalence and predictors of fake news dissemination on Facebook*”, Science Advance Magazin, 2019, Hlm 1.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang penulis paparkan di atas, maka penelitian ini diharapkan menjawab pertanyaan sebagai berikut:

1. Adakah hubungan antara generasi X, Y, dan Z dengan tingkat kemampuan literasi digital terhadap hoaks?

C. Tujuan Penelitian

Dari latar belakang dan rumusan masalah yang penulis sampaikan di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui hubungan antara generasi X, Y, dan Z dengan tingkat kemampuan literasi digital terhadap hoaks.

D. Manfaat Penelitian

Dengan diadakannya penelitian ini, adapun hasilnya diharapkan dapat bermanfaat, baik secara teoritis maupun praktis.

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis, penelitian ini diharapkan bermanfaat dalam memberikan sumbangan sekaligus memajukan khazanah pemikiran. Kemudian, penelitian ini dapat memberikan kajian ilmiah terkait disinformasi pada *WhatsApp*, literasi digital, dan hubungannya dengan generasi X, Y, dan Z.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan menjadi kontribusi ilmu pengetahuan terutama kepada pihak-pihak terkait dalam kaitannya dengan penggunaan *WhatsApp*, penyebaran disinformasi di *WhatsApp*, dan bagaimana generasi X, Y, dan Z menyikapinya. Manfaat praktis lainnya adalah sebagai berikut:

- a. Dapat memberikan gambaran yang jelas mengenai tingkat kepercayaan generasi X, Y, dan Z terhadap hoaks yang beredar di *Whatsapp*.
- b. Penelitian ini dapat memberikan suatu masukan baru terhadap dunia ilmu pengetahuan, penelitian, dan bermanfaat bagi kita semua.
- c. Penelitian dapat memberi masukan dan menjadi acuan bagi pihak-pihak terkait.
- d. Penelitian ini diharapkan dapat menimbulkan kesadaran pengguna media sosial khususnya pengguna aplikasi *WhatsApp*.

E. Definisi Operasional

1. Generasi X, Y, dan Z

Studi generasi lahir dari akibat adanya perbedaan sosiologis yang terjadi antar sekelompok orang yang berbagi ruang, sejarah, dan waktu dalam rentang tertentu, sehingga memberikan mereka suatu pengalaman kolektif. Satu generasi mengacu pada sekelompok orang yang lahir dalam rentang waktu yang sama (dengan rentang atas 15 tahun) yang memiliki usia dan

tahap hidup yang sebanding dan dibentuk oleh rentang waktu tertentu (tren, peristiwa, dan perkembangan zaman).

Oleh sebab itu, Singh, A.P. dan Dangmei, J. dalam penelitiannya yang berjudul “*Understanding the Generation Z: The Future Workforce*”⁵ memberikan definisi rentan usia dari tiap-tiap generasi sebagai berikut:

a. Generasi X

Generasi X diartikan sebagai generasi yang lahir dengan rentang tahun 1965-1979. Saat ini batas atas usia dari generasi x ini adalah 54 tahun dengan usia termuda 40 tahun.

b. Generasi Y

Generasi Y adalah mereka yang lahir dari tahun 1980-1994 dengan batas atas usia saat ini 39 tahun dan batas bawah 25 tahun.

c. Generasi Z

Generasi ini dimulai pada tahun 1995 hingga 2009. Dengan demikian, usia batas atas generasi Z saat ini ialah 24 tahun dengan usia paling muda 10 tahun.

2. Literasi Digital

Secara sederhana literasi digital dimaknai sebagai kemampuan untuk mengakses informasi melalui media digital.⁶ Literasi digital menjadi

⁵ Singh, A.P. dan Dangmei, J., “*Understanding The Generation Z: The Future Workforce*”, South -Asian Journal of Multidisciplinary Studies Vol. 3 Edisi. 3, 2016, hlm. 2.

perbincangan yang menarik di era dimana teknologi komunikasi dan informasi berkembang dengan sangat pesat. Kecepatan perkembangan teknologi dan pertukaran informasi membuat sebagian orang kesulitan beradaptasi.

Literasi digital diinisiasikan sebagai solusi untuk mendorong masyarakat agar melek digital dan lebih mampu menganalisis informasi. Menurut UNESCO (*United Nations of Educational, Scientific, Cultural Organization*) kemampuan literasi digital dilihat dari indikator sebagai berikut: kemampnan mengoperasikan perangkat keras dan perangkat lunak, literasi informasi dan data, kemampuan kolaborasi dan komunikasi, kemampuan pembuatan konten digital, keselamatan (*Safety*), pemecahan masalah, dan kemampuan yang berkaitan dengan karir.

3. Hoaks

Kata hoaks populer digunakan untuk mendeskripsikan suatu peristiwa palsu, bohong, atau dibuat-buat. Dalam konteks *WhatsApp*, hoaks diinterpretasikan sebagai teks yang dibuat-buat dan disebarakan kepada pembaca untuk membuat pembaca meyakini kebenarannya. Oleh karena itu sejatinya wujud hoaks tidak terbatas pada berita dan opini saja. Lebih luas dari itu hoaks juga mencakup data, foto-foto, dan gambar sekalipun.⁷ Tidak hanya menipu, hoaks selama ini juga sering digunakan sebagai senjata untuk

⁶ Rika Lusri Virga dan Nanang Adriadi. *Digital Literacy and Hoax on Social Media*. Atlantis Press, Vol 339, 2019. Hal. 175.

⁷ Triartanto Yudo .A, *Kredibilitas Teks Hoax di Media siber*. Jurnal Komunikasi, Vol VI, No. 2, 2015. Hal. 33

kepentingan pribadi dan golongan tertentu. Oleh sebabnya, hoaks sering kali mampu menciptakan konflik di tengah masyarakat.

4. *WhatsApp*

WhatsApp merupakan sebuah media sosial berbentuk aplikasi pesan instan untuk ponsel yang memberikan kemudahan kepada pengguna untuk menerima dan mengirimkan pesan dalam bentuk informasi teks, lokasi, gambar, video, audio, dan dokumen kepada individu ataupun kelompok secara gratis.

Dalam penelitian ini penulis memilih *WhatsApp* sebagai media sosial yang akan diteliti didasari pada penelitian yang dilakukan oleh Cempaka Fajriningtyas yang menyebutkan bahwa *WhatsApp* merupakan aplikasi yang wajib diinstall oleh rata-rata pengguna di Indonesia⁸, termasuk masyarakat kota Banda Aceh

F. Hipotesis

Hipotesis adalah suatu klaim atau pendapat sementara terhadap penelitian yang sedang dilakukan.⁹ Oleh karena itu, suatu penelitian bertujuan untuk membuktikan kebenaran hipotesis melalui riset. Secara operasional hipotesis dibagi dua, yaitu:

⁸ Fajriningtyas, Cempaka, *Mengapa Digital Fluency Indonesia Rendah?*. Accenture Femina Indonesia Vol. 18, 2016, hlm. 44.

⁹ Tukiran Taniredja, "*Penelitian Kuantitatif (Sebuah Pengantar)*". Alfabeta. Bandung. 2012. Hlm. 24.

1. Hipotesis kerja (H_a), hipotesis kerja mengatakan adanya hubungan antara variabel X dengan Y.
2. Hipotesis null (H_0), hipotesis null mengatakan tidak adanya hubungan antara variabel X dengan Y.

Berdasarkan penjelasan di atas, hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. H_a : Terdapat hubungan antara generasi X, Y dan, Z dengan tingkat literasi digital terhadap hoaks di *WhatsApp*.
2. H_0 : Tidak ada hubungan antara generasi X, Y dan, Z dengan tingkat literasi digital terhadap hoaks di *WhatsApp*.



BAB II KAJIAN PUSTAKA

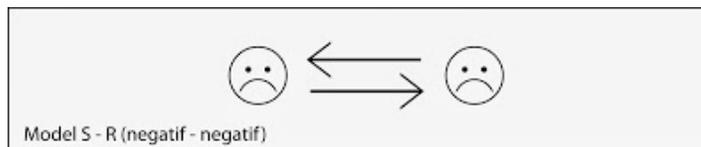
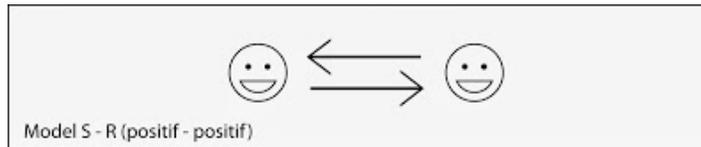
A. Model Komunikasi S – R

Model stimulus – respons (S – R) ialah dasar model komunikasi. Ilmu psikologi memiliki pengaruh besar terhadap model ini, khususnya yang beraliran behaviouristik. Secara sederhana, model menjelaskan komunikasi sebagai proses aksi – reaksi. Dalam model komunikasi stimulus – respon asumsinya adalah apabila tindakan-tindakan, kata-kata verbal (lisan atau tulisan), gambar, dan isyarat nonverbal tertentu akan memberikann rangsangan kepada orang lain untuk merespon dengan cara-cara tertentu.



Oleh sebab itu, singkatnya proses dapat dipahami sebagai proses bertukarnya atau berpindahnya informasi. Sifat dari proses ini bisa terjadi secara timbal-balik dengan efek yang beragam. Setiap efek dapat berdampak pada perubahan tindakan atau perilaku komunikasi (*communication act*) selanjutnya. Secara implisit, ada asumsi bahwa perilaku manusia (respons) dapat diramalkan.¹⁰

¹⁰ Deddy Mulyana, “*Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*”. Remaja Rosdakarya Offset. Bandung. 2007. Hlm 144.



Secara ringkas komunikasi disifatkan statis, dan manusia berperilaku disebabkan oleh stimulus eksternal. Model komunikasi stimulus-respon cukup berkaitan dengan penelitian ini dimana, setiap informasi yang beredar di *WhatsApp* dapat dilihat sebagai stimulus dan secara langsung merangsang respon dari penerima informasi. Hoaks yang beredar di *WhatsApp* pada akhirnya mendapatkan tanggapan yang diinginkan penyebar hoaks.

B. Generasi X, Y, dan Z

1. Pengertian Generasi X, Y, dan Z

Pakar teori generasi, William Strauss dan Neil Howe sepakat bahwa generasi dibentuk oleh rentang waktu tertentu. Ia menjelaskan bahwa generasi merupakan sekelompok orang yang berbagi waktu dan ruang dalam sejarah yang memberikan mereka pengalaman kolektif. Jadi, dapat disimpulkan bahwa saat ini generasi lebih didefinisikan secara sosiologis daripada biologis. Satu generasi mengacu pada sekelompok orang yang lahir dalam rentang waktu yang sama (dengan batas atas 15 tahun) yang memiliki usia dan tahap kehidupan yang

sebanding serta yang dibentuk oleh rentang waktu tertentu (peristiwa, tren, dan perkembangan zaman).¹¹

a. Generasi X

Generasi X diartikan sebagai generasi yang lahir dengan rentang tahun 1965-1979. Pada tahun 1965 jumlah kelahiran mulai meningkat dari level terendah di era *baby boomer*, memuncak pada awal tahun 1970 sebelum turun kembali ke level terendah lagi pada tahun 1979. Generasi ini awalnya juga disebut sebagai generasi *post boomer*, *baby buster*, atau *slacker*. Namun hingga sekarang sebutan X lah yang melekat dalam penyebutan generasi ini. Saat ini batas atas usia dari generasi X ini adalah 54 tahun dengan usia termuda 40 tahun.

b. Generasi Y

Generasi Y lahir dari tahun 1980-1994. Definisi ini cukup dapat diandalkan secara pembuktian data demografis. Pada tahun 1980 jumlah kelahiran sekali lagi mulai meningkat secara bertahap, mencapai puncaknya 264.150 kelahiran pada tahun 1992 - pada saat itu jumlah kelahiran tertinggi sejak tahun 1972. Angka kelahiran kemudian menurun hingga tahun 1990-an, mencapai angka kelahiran terendah yang pernah ada yaitu pada tahun 2001 (1,7 bayi per wanita) sebelum memulai pemulihan yang telah berlangsung hingga dekade selanjutnya. Saat ini, generasi Y memiliki rentang usia batas

¹¹ Mark McCrindle, Op.cit., 2014, hlm. 2.

atas 39 tahun dengan usia termuda 25 tahun. Generasi ini juga lahir dan tumbuh di era awal perkembangan pesat teknologi ditandai dengan awal ditemukan komputer pada tahun 1982. Hal ini menjadikan generasi Y merasakan era perubahan teknologi yang sangat cepat membuat mereka merasakan dua pengalaman sekaligus, konvensional dan digital.

c. Generasi Z

Sebagaimana angka kelahiran meningkat pada tahun 1995, kita memasuki dalam permulaan Generasi Z. *Marketer* mencoba untuk memulai generasi pada tahun-tahun utama seperti, katakanlah, tahun 2000. Akan tetapi tidak ada pembenaran demografis atau sosiologis untuk pemilihan waktu tersebut. Angka kelahiran, ditambah dengan perubahan-perubahan dan tren-tren sosial, memberikan dasar yang kuat untuk mendefinisikan generasi ini dimulai pada tahun 1995 hingga 2009. Dengan demikian, usia batas atas generasi Z saat ini ialah 24 tahun.

Generasi Z lahir pada tahun 1990an dan tumbuh pada tahun 2000an dimana perkembangan interkoneksi yang cukup tinggi.¹² Munculnya media sosial dan penggunaan internet yang kian meluas ke berbagai bidang, terutama informasi dan teknologi. Generasi Z, yang telah menggunakan teknologi sejak usia muda, telah mengintegrasikan teknologi ke dalam hampir semua bidang kehidupan mereka, sehingga dikenal sebagai integrator digital.

¹² Singh, A.P. dan Dangmei, J., "Understanding The Generation Z: The Future Workforce", South -Asian Journal of Multidisciplinary Studies Vol. 3 Edisi. 3, 2016, hlm. 2.

Mereka tumbuh di dunia dimana terdapat 5,1 miliar pencarian *Google* per hari, 4 miliar tampilan *YouTube*, lebih dari satu miliar akun *Facebook* aktif dan lebih dari satu juta aplikasi di *iTunes App Store*. Hal ini jauh berbeda dengan orang dewasa yang menggunakan teknologi secara praktikal dan fungsional untuk mencapai tugas yang sebelumnya dilakukan menggunakan teknologi lama. Mereka disebut sebagai transaktor digital.

2. Manfaat Pengelompokan Generasi

Pembahasan generasi hakikatnya sedang hangat diperbincangkan. Terutama berkaitan dengan revolusi industri 4.0 atau yang sering disebut dengan era millennial. Timbul pertanyaan mengenai apa pentingnya pembahasan terkait isu generasi berkaitan dengan kajian komunikasi.

Menurut Mark McCrindle, kajian terkait generasi menjadi salah satu isu menarik bagi media dan publik. Dengan hadirnya banyak ragam generasi dibandingkan sebelumnya (di lingkungan sekolah, kampus, kantor, dll) membuat pembahasan terkait generasi tidak pernah semenarik ini. Kajian ini tidak kalah pentingnya untuk dipelajari untuk mendapatkan pemahaman yang lebih baik satu sama lain. Membahas generasi sekarang ini lebih dari sekedar disiplin ilmu. Pengetahuan mendalam yang diperoleh dari penelitian dan alisisis generasi ini memiliki nilai yang sangat tinggi di era revolusi industri 4.0 sekarang ini. Termasuk bagi penelitian dalam disiplin ilmu komunikasi .

Secara tradisional, generasi didefinisikan dari interval waktu rata-rata antara kelahiran orang tua dan kelahiran anak mereka. Definisi biologis ini telah digunakan dalam kajian generasi selama ribuan tahun dengan kisaran 20-25 tahun rentang waktu. Sementara di masa lalu definisi ini telah melayani sosiolog dengan baik, namun hal ini sudah kurang relevan untuk diaplikasikan di era sekarang. Karena generasi berubah begitu cepat dalam menanggapi teknologi baru, mengubah pilihan karier dan studi, dan mengubah nilai-nilai sosial, dua dekade adalah rentang generasi yang terlalu panjang.

C. Literasi Digital

Perkembangan pesat pada teknologi komunikasi informasi membuat sarana komunikasi ikut berkembang. Informasi yang sebelumnya hanya dapat diakses secara konvensional dan tidak sepenuhnya dapat dijangkau oleh masyarakat, sekarang dapat diakses dengan mudah dan cepat, terutama selama periode digitalisasi. Semua perangkat terhubung secara digital.

Saat ini informasi dapat dikirim hanya dalam hitungan detik. Hal ini membuat sebagian orang yang tidak siap menerima perkembangan teknologi yang begitu cepat mengalami gagap teknologi. Fenomena ini berdampak pada terjadinya persebaran hoaks, kebebasan berpendapat yang tidak bertanggung jawab di media sosial, dan lain sebagainya. Literasi digital dianggap mampu menekan angka gagap teknologi dan meningkatkan kemampuan untuk mengakses informasi melalui media digital lebih bijak dengan *self control*.

1. Pengertian Literasi Digital

Menurut UNESCO, Literasi digital dipahami sebagai kompetensi individu dalam berkomunikasi, mengakses, memahami, mengelola, mengintegrasikan, mengevaluasi, dan memproduksi pesan/informasi dengan baik dan aman melalui teknologi digital. Kompetensi ini mencakup berbagai kemampuan yang juga sering dikenal dengan istilah literasi TIK, literasi informasi dan media, serta literasi komputer.¹³

Selain itu, sosok yang mempopulerkan literasi digital, Paul Gilster, mendefinisikan literasi digital sebagai kapabilitas menggunakan komputer dan media internet untuk mendapatkan informasi dari berbagai sumber dan dapat memahaminya dengan baik.¹⁴ Gilster menekankan pada perbedaan yang melekat antara media digital dan media cetak konvensional. Menurutnya literasi digital ditentukan dari kemampuan adaptasi terhadap media baru dan juga pengalaman menggunakan internet. Dua hal utama ini akan menentukan bagaimana seseorang menguasai kompetensi inti dari literasi digital.

Dari dua definisi di atas secara sederhana dapat kita simpulkan bahwa literasi digital secara sederhana dimaknai sebagai kompetensi dalam memahami dan memanfaatkan informasi dari beragam sumber digital. Dengan kata lain, ini

¹³ UNESCO. "A Global Framework of Reference on Digital Literacy Skills for Indicator 4.4.2". Information Paper No. 51. Hlm. 7. 2018.

¹⁴ Colin Lankshear dan Michele Knobel. "Digital Literacy and Digital Literacies: Policy, Pedagogy and Research Consideration of Education." Digital Kompetensi Vol. 1. Hlm. 13. 2006.

mengacu pada kemampuan membaca, menulis, dan menghubungkan informasi menggunakan teknologi.

2. Kompetensi Literasi Digital

UNESCO mengembangkan metode untuk mengkaji tingkat kemampuan literasi digital melalui 6 indikator. Indikator-indikator ini dapat mengukur persentase atau tingkat kemahiran dalam keterampilan literasi digital. Adapun indikator-indikator tersebut dihimpun dalam *Digital Literacy Global Framework* (DLGF).

a. Pengoperasian Perangkat Keras dan Perangkat Lunak

Indikator pertama yaitu kemampuan dalam mengidentifikasi dan menggunakan suatu perangkat keras beserta teknologinya. Indikator ini mencakup kemampuan seseorang dalam mengidentifikasi data, informasi, dan konten digital yang dibutuhkan untuk mengoperasikan perangkat lunak maupun perangkat keras.

b. Literasi Informasi dan Data

Indikator kedua digunakan untuk mengukur kemampuan mengartikulasikan kebutuhan informasi, untuk mencari dan mengambil data digital. Sehingga keterampilan ini mencakup kompetensi dalam menilai relevansi sumber dan isinya dari sebuah informasi. Selain itu, termasuk

didalam indikator ini kemampuan menyimpan, mengelola, dan mengatur data dan informasi secara digital.

c. Komunikasi dan Kolaborasi

Indikator ketiga merupakan komunikasi dan kolaborasi. Indikator ini mengukur bagaimana kemampuan seseorang dalam berinteraksi, berkomunikasi, dan berkolaborasi melalui teknologi digital sambil menyadari keanekaragaman budaya dan generasi. Kemudian dalam indikator ini juga termasuk bagaimana tingkat partisipasi dalam masyarakat melalui layanan publik maupun swasta secara digital. Selain itu, juga termasuk kemampuan mengelola identitas dan reputasi digital seseorang.

d. Pembuatan Konten Digital

Indikator keempat adalah kemampuan dalam membuat dan mengedit konten digital. Indikator ini untuk mengukur kemampuan seseorang dalam meningkatkan dan mengintegrasikan informasi dan konten kedalam ilmu pengetahuan yang ada sembari memahami penerapan hak cipta dan lisensi. Kemudian, untuk mengetahui cara memberikan instruksi yang dapat dimengerti untuk sistem komputer.

e. Keamanan

Indikator kelima adalah keamanan, yaitu bagaimana melindungi perangkat, konten, data pribadi, dan privasi di lingkungan digital. Kemudian

juga kemampuan melindungi kesehatan fisik dan psikologis, dan adanya kesadaran terhadap kesejahteraan dan inklusi sosial dari teknologi digital. Selain itu juga bagaimana seseorang menyadari dampak lingkungan dari teknologi digital dan penggunaannya.

f. Pemecahan Masalah

Indikator ketujuh adalah pemecah masalah yaitu untuk mengidentifikasi kebutuhan dan untuk menyelesaikan masalah konseptual dan situasional di lingkungan digital. Lebih lanjut indikator ini juga untuk melihat kemampuan seseorang dalam menggunakan alat digital untuk berinovasi dan mengikuti perkembangan evolusi digital.

g. Kompetensi Terkait Karir

Indikator terakhir merupakan kompetensi yang berkaitan dengan karir. Dalam indikator ini termasuk kemampuan mengoperasikan teknologi digital khusus untuk memahami, menganalisis, dan mengevaluasi data khusus, informasi, dan konten digital untuk bidang tertentu.

D. Hoaks

Persebaran hoaks terjadi melalui aktivitas-aktivitas komunikasi. Baik komunikasi interpersonal, kelompok, hingga komunikasi massa sekalipun bisa menjadi saluran untuk menyebarkan hoaks. Komunikasi, menurut Harold Lasswell dimaknai dengan satu formula, yaitu *“who says what, to whom, in which channel,*

*with what effect.*¹⁵ Dari formula tersebut dapat kita tarik benang merah bahwa hakikat komunikasi adalah proses penyampaian gagasan (pesan) dari seseorang kepada orang lain menggunakan simbol-simbol yang dapat dipahami dengan tujuan untuk menciptakan perubahan berupa persepsi atau tindakan untuk terbentuknya satu pengertian yang sama.

Proses mempengaruhi ini terjadi melalui interaksi yang dibangun dengan penyampain pesan. Acap kali, komunikator akan memberikan informasi-informasi tambahan untuk memperkuat gagasannya. Hal ini dilakukan dengan memberikan informasi dalam bentuk teori, berita, dan pengalaman. Dalam proses menciptakan kesamaan persepsi dan perubahan tingkah laku ini, komunikator yang tidak memiliki cukup informasi akan cenderung menyampaikan pesan yang dibuat-buat, yang saat ini sering disebut dengan hoaks.

Fenomena penyebaran informasi hoaks sedang marak terjadi. Kita semua sedang menghadapi persoalan yang sama. Kebanjiran informasi bertubu-tubi dalam waktu yang cepat menyebabkan masyarakat bingung. Informasi benar dan informasi yang dibuat-buat menjadi sulit dibedakan.

1. Pengertian Hoaks

Hoaks paling sering beredar di media sosial disebabkan oleh kemudahan media sosial yang memperbolehkan siapapun menjadi penyedia konten (*content creator*) tanpa adanya filterisasi. Kata hoaks mulai populer beberapa tahun

¹⁵ Richard West dan Lynn H. Turner, “*Pengantar Teori Komunikasi Analisis dan Aplikasi*”, Penerbit Salemba Humanika, Jakarta, 2008, hlm. 31.

terakhir. Kata ini digunakan untuk mendeskripsikan suatu peristiwa palsu, bohong, atau dibuat-buat.

Banyak situs yang menyebutkan bahwa kata hoaks pertama kali digunakan oleh para warganet berkebangsaan Amerika. Ini mengacu pada sebuah judul film "*The hoax*" pada tahun 2006 yang disutradarai oleh Lasse Hallstrom. Film ini dinilai mengandung banyak kebohongan, sejak saat itu istilah "*hoax*" muncul setiap kali ada sebuah pemberitaan palsu. Sedangkan menurut Robert Nares, kata hoax muncul sejak abad 18 yang merupakan kata lain dari "*hocus*" yakni permainan sulap.

Menurut Christiany Juditha dalam artikelnya berjudul "Interaksi Komunikasi *Hoax* di Media Sosial serta Antisipasinya" dalam Jurnal Pekommas yang diterbitkan 2018 lalu mengatakan bahwa:

"Asal kata *hoax* diyakini ada sejak ratusan tahun sebelumnya, yakni 'hocus' dari mantra '*hocus pocus*', frasa yang kerap disebut oleh pesulap, serupa '*sim salabim*'. Bahkan Boese (2002) dalam bukunya "*Museum of Hoaxes*" menuliskan bahwa jauh sebelum itu, istilah hoax pertama kali terpublikasi melalui almanak atau penanggalan palsu yang dibuat oleh Isaac Bickerstaff pada tahun 1709 untuk meramalkan kematian astrolog John Partridge.

Mengenai asal kata hoaks, majalah Tempo¹⁶ sedikit memiliki kesamaan dengan apa yang dikemukakan Christiany Judhita, yakni kata *hoax* (dibaca hoks) berasal dari kata *hocus*, berasal dari kata latin, yang berakar dari kata *hocus pocus*. Definisi ini ditulis oleh filolog Robert Nares (1753-1829) dalam buku

¹⁶ "*Hoax atas hoax*", <https://majalah.tempo.co/read/152782/hoax-atas-hoax>, diakses pada 25 September 2019, pukul 15.27.

yang terbit di tahun 1822 berjudul “*A Glossary: Or, Collection, of Words, Phrases, Names, and Allusions to Customs*”, dan kata ini mulai dipakai di Inggris sekitar abad ke-18.

Menurut Lynda Walsh dalam bukunya “*Sins Against Science, The Scientific Media Hoaxes of Poe, Twain, and Others*”, mengatakan bahwa dari awal revolusi industri di Inggris tahun 1800, kata hoaks mulai marak digunakan.

Hoax (dibaca hoks) secara etimologi berasal dari Bahasa Inggris yang apabila digunakan sebagai kata kerja (*verb*) ia bermakna “*to trick into believing or accepting as genuine something false and often preposterous*”¹⁷ yang artinya mempermainkan sehingga membuat suatu kepercayaan atau penerimaan yang riil terhadap sesuatu yang salah dan sering kali tidak masuk akal. Bila dipergunakan sebagai kata benda (*noun*), maka ia bermakna “*an act intended to trick or dupe*” yang artinya suatu tindakan yang dimaksudkan untuk menipu.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, *Hoax*, telah diserap ke dalam Bahasa Indonesia dengan sebutan ‘hoaks’, yang diberi makna sebagai berita bohong.¹⁸ Jadi, secara terminologi hoaks diartikan sebagai usaha untuk menipu atau mengakali pembaca sehingga mempercayai sesuatu. Saat ini hoaks mengarah kepada berita palsu, legenda urban, dan kebohongan.

¹⁷ Meriam Webster Dictionary, *Hoax*, <https://www.merriam-webster.com>, diakses tanggal 18 September 2019, pukul 10.42.

¹⁸ KBBI Daring, *Hoaks*, <https://kbbi.kemdikbud.go.id>, diakses tanggal 18 September 2019, pukul 03.30.

2. Hoaks di *WhatsApp*

Dalam konteks media sosial termasuk *WhatsApp*, hoaks sangat sering diinterpretasikan sebagai teks yang dibuat-buat dan disebarakan melalui internet kepada pembaca untuk membuat pembaca meyakini kebenarannya. Oleh karena itu sejatinya wujud hoaks tidak terbatas pada berita dan opini saja.

Lebih luas dari itu hoaks juga mencakup data, foto-foto, dan gambar sekalipun.¹⁹ Tidak hanya menipu, hoaks selama ini juga sering digunakan sebagai senjata untuk kepentingan pribadi dan kelompok-kelompok tertentu. Bahkan hoaks juga mampu menciptakan konflik di tengah masyarakat.

Ini merupakan implikasi dari tidak cukupnya pengetahuan dan informasi, sehingga terciptalah hoaks dan disebarluaskan melalui kemudahan *WhatsApp* seolah-olah informasi tersebut kredibel dan benar adanya.²⁰ Terlebih di era informasi dan teknologi yang serba canggih seperti sekarang ini, pertukaran informasi dapat terjadi dengan sangat cepat. Hal ini yang menjadikan fenomena hoaks semakin menjamur terutama melalui grup-grup yang ada di *WhatsApp*.

Hal ini tidak bisa dianggap remeh. Beberapa pihak sengaja menciptakan hoaks demi kepentingan-kepentingan tertentu. Walaupun hoaks marak terjadi di musim politik, namun fenomena ini tidak terbatas pada lini tersebut saja. Pada praktiknya hoaks menyerang dari berbagai bagian kehidupan, mulai dari

¹⁹ Triartanto Yudo .A, *Kredibilitas Teks Hoax di Media siber*. Jurnal Komunikasi, Vol VI, No. 2, 2015. Hal. 33

²⁰ Heryanto, *Melawan Hoax Di Media Sosial dan Media Massa*, Trust Media Publishing, Yogyakarta, 2017, Hlm. 92.

kepentingan agama, kepentingan ras, dan lain sebagainya. Ini cukup menyedihkan, karena dapat berimplikasi terhadap keamaana nasional.²¹

3. Hoaks dalam Pandangan Islam

Dilihat dari sudut pandang keislaman, sejarah mengenai persebaran hoaks pernah terjadi di zaman Rasulullah saw. Allah telah berfirman dalam Alquran dalam surat Al-Hujarat ayat 6:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِن جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنُوا أَن تُصِيبُوا قَوْمًا
بِجَهَالَةٍ فَتُصِحُّوا عَلَىٰ مَا فَعَلْتُمْ نَادِمِينَ

Artinya :

“Hai orang-orang yang beriman, jika datang kepadamu orang fasik membawa suatu berita, maka periksalah dengan teliti agar kamu tidak menimpakan suatu musibah kepada suatu kaum tanpa mengetahui keadaannya yang menyebabkan kamu menyesal atas perbuatanmu itu”.

(Q.S Al-Hujarat Ayat 6).²²

Isi kandungan dari firman Allah di atas merupakan perintah untuk mengecek kembali berita.²³ Dalam riwayat disebutkan, ayat tersebut turun ketika

²¹ Christiany Judita. “Interaksi Komunikasi Hoax di Media Sosial serta Antisipasinya”, Jurnal Pekommas, Vol 3 edisi 1, 2018, hlm. 33.

²² Kementerian Agama RI, *Al-Qur’an Tajwid dan Terjemahannya...*, hal 516.

²³ Ash-Shiddieqy, Teungku Muhammad Hasbi, *Tafsir Al-Qur’anul Madjid An-Nur Jilid 4*, Cakrawala Publishing, Jakarta, 2011, hlm. 144.

Rasulullah memerintahkan Al-Walid ibn Uqbah untuk mengambil zakat yang telah dikumpulkan oleh Bani Musthaliq. Ketika Bani Musthaliq mengetahui bahwa Rasul memberi utusan untuk mengambil zakat dari kaumnya, mereka dengan senang hati mengumpulkannya dan bersemangat menyambut kedatangan utusan Rasul tersebut.

Dalam perjalanannya, Al-Walid ibn Uqbah melihat dari kejauhan bahwa Bani Musthaliq telah berkumpul, ketika itu setan berbisik kepada Al-Walid bahwa mereka telah menantinya untuk selanjutnya membunuhnya. Seketika Al-Walid langsung bergegas kembali dan melaporkan kepada Rasulullah bahwa Bani Musthaliq enggan membayar Zakat. Rasulullah pun marah besar hingga ingin memerangi mereka.

Ketika mengetahui bahwa Al-Walid telah kembali, Bani Musthaliq segera mendatangi dan menceritakan kejadian yang sebenarnya. Karena itulah dalam firman Allah Al-Walid disebut sebagai orang yang fasik. Kata fasik dalam Al-Quran seringkali merujuk kepada orang yang tidak beriman, sehingga golongan Ar-Razi menolak dan tidak dapat menerima jika sebutan *fasik* disenderkan kepada AL-WALid, menjadikan kata fasik dalam ayat ini khilaifiah dikalangan ulama.

Sesungguhnya Al-Walid merupakan salah satu sahabat Rasulullah, dan sebenarnya ia bukanlah orang fasik dalam pengertian yang sebenarnya, dalam hal ini Al-Walid disebutkan salah ijtihad. Sebutan fasik digunakan untuk mempertakut umat agar berhati-hati dalam hal memutuskan suatu perkara hingga

mengetahui keadaan yang sebenar-benarnya. Sebagian ulama juga menafsirkan bahwa ayat ini tidak terbatas pada orang fasik, tapi juga diterapkan ketika menerima kabar dari orang adil.

Dari uraian di atas, umat muslim mempunyai pegangan dan himbauan yang kuat dari Allah agar ketika datang seseorang dan mengaku membawa berita penting, maka selidikilah terlebih dahulu kebenaran berita itu. Janganlah langsung mempercayainya sebelum mengetahui keadaan yang sebenarnya, agar tidak merugikan pihak-pihak tertentu.

Dalam ayatnya yang lain Allah juga berfirman:

وَلَا تَقْفُ مَا لَيْسَ لَكَ بِهِ عِلْمٌ إِنَّ السَّمْعَ وَالْبَصَرَ وَالْفُؤَادَ كُلُّ أُولَٰئِكَ
كَانَ عَنْهُ مَسْئُولًا

Artinya:

“Dan janganlah kamu mengikuti apa yang kamu tidak mempunyai pengetahuan tentangnya. Sesungguhnya pendengaran, penglihatan dan hati, semuanya itu akan diminta pertanggung jawaban.” (QS. Al-Isra’ ayat 36).

Ayat diatas berisikan beberapa perintah. Pertama, manusia diperintahkan untuk menjalankan perintah Allah dan menjauhi larangan-Nya. Kedua, manusia dilarang keras untuk mengucapkan sesuatu yang tidak diketahui, dilarang

mengaku mengetahui sesuatu yang sebenarnya tidak diketahui, dan pula dilarang mengaku mendengarkan apa yang sebenarnya tidak pernah didengar. Hal ini semua sangat berkaitan erat dengan pertanggung jawaban yang akan Allah mintai kelak di hari akhir.

Isi kandungan dari ayat ini berisi pencegahan terhadap berbagai keburukan yang mungkin terjadi, seperti tuduhan, berburuk sangka, kesaksian palsu dan kebohongan.²⁴ Sebaliknya ayat ini menuntut manusia untuk mempergunakan dan memanfaatkan alat indera seperti pendengaran, penglihatan dan hati untuk meraih pengetahuan dan informasi.

Dari dua firman Allah diatas, bisa kita jadikan sebagai landasan bahwa fenomena penyebaran hoaks pernah terjadi di zaman rasul dan sudah diingatkan dalam Al-Quran. Dampak dari hoaks juga sudah dibahas dalam ayat diatas bahwa dapat menimbulkan kerugian bagi orang lain. Pula langkah-langkah pencegahan juga sudah dikaji dalam Al-Quran, sehingga ayat-ayat ini berkaitan erat dengan penelitin yang hendak penulis lakukan.

4. Hoaks dalam Undang-Undang

Hakikatnya, asas dan tujuan penggunaan internet telah diatur negara melalui Undang-undang Republik Indonesia Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) sebagai berikut:

²⁴ Shihab, Muhammad Quraish, *Tafsir Al-Mishbah: Pesan, Kesan dan Keserasian Al-Qur'an*, Lentera Hati, Pisangan Ciputat, 2007: hlm 462

Pasal 3

Pemanfaatan Teknologi Informasi dan Transaksi Elektronik dilaksanakan berdasarkan asas kepastian hukum, manfaat, kehati-hatian, iktikad baik, dan kebebasan memilih teknologi atau netral teknologi.

Pasal 4

Pemanfaatan Teknologi Informasi dan Transaksi Elektronik dilaksanakan dengan tujuan untuk:

- a. mencerdaskan kehidupan bangsa sebagai bagian dari masyarakat informasi dunia;*
- b. mengembangkan perdagangan dan perekonomian nasional dalam rangka meningkatkan kesejahteraan masyarakat;*
- c. meningkatkan efektivitas dan efisiensi pelayanan publik;*
- d. membuka kesempatan seluas-luasnya kepada setiap Orang untuk memajukan pemikiran dan kemampuan di bidang penggunaan dan pemanfaatan Teknologi Informasi seoptimal mungkin dan bertanggung jawab; dan*
- e. memberikan rasa aman, keadilan, dan kepastian hukum bagi pengguna dan penyelenggara Teknologi Informasi.²⁵*

Terlihat jelas bahwa negara telah memberikan kejelasan asas dan tujuan dari pemanfaatan internet selayaknya dengan maksud positif. Dengan demikian negara juga tentu menerapkan sanksi bagi orang-orang yang melakukan pelanggaran terhadap undang-undang tersebut. Menurut penjelasan dimana setiap orang menyebarkan berita bohong dan menyesatkan secara sengaja dan berdampak terhadap kerugian, dapat dikenakan pidana dengan hukuman kurungan atau penjara paling lama 6 (enam) tahun serta kemungkinan untuk dikenakan denda hingga Rp. 1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah).²⁶

²⁵ [Www.kemenag.go.id/file/dokumen/UU1108.pdf](http://www.kemenag.go.id/file/dokumen/UU1108.pdf), diakses pada 2 Juli 2019.

²⁶ Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 11 tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.

E. Media Baru

Setiap individu memiliki kebutuhan primer untuk mendapatkan akses terhadap informasi, baik berupa hiburan, pendidikan, maupun akses ilmu pengetahuan dari berbagai belahan dunia. Sederhananya, pertukaran informasi terjadi melalui media komunikasi, baik berupa verbal maupun nonverbal. Ungkapan “media” ditujukan sebagai wadah untuk membawa pesan dari proses komunikasi.

Sering kali, pembahasan media erat kaitannya dengan komunikasi massa, hal ini merupakan dampak dari banyaknya teori komunikasi massa yang membahas media. Akan tetapi, kesamaan muncul lantaran definisi dari media di segala lini mengarah kepada suatu konsensus pemaknaan. Ketika kata media disebutkan, maka makna yang paling dekat adalah sarana dan teknologi yang membersamainya.²⁷

Pembahasan media komunikasi dinilai penting karena media juga memiliki kekuatan yang juga berkontribusi dalam menciptakan makna dan budaya. Sesuai dengan sebuah ungkapan oleh McLuhan (McLuhan & Fiore, 2001) “*the medium is the message*”. Ungkapan ini menjadi penjelasan awal bahwa media juga membawa pesan yang bisa mengubah pola komunikasi, budaya komunikasi, hingga kepada bahasa dalam komunikasi antar manusia.

Dalam ilmu komunikasi, pertukaran informasi dapat dipilah kedalam beberapa media. Informasi bisa diperoleh melalui media visual, audio, dan audio visual. Sedangkan apabila dilihat dari sudut pandang teknologi penyebaran dan bagaimana

²⁷ Nasrullah Rulli, “*Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Siosioteknologi.*” (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, Cet. Tiga 2017), hal. 3

kahlayak mengakses informasi, maka media dapat dibagi kepada dua; media lama (*old media*) dan media baru (*new media*) yang merupakan pokok dari kajian dari penelitian ini.²⁸ Media *online* atau media berjaring internet juga masuk ke dalam pembahasan media baru (*new media*).²⁹

1. Pengertian Media Baru

Menurut Terry Flew, media baru atau disebut juga media digital diartikan sebagai bentuk konten media yang sudah mengkombinasikan dan mengintegrasikan data, teks, suara, dan gambar dalam bentuk apapun; dan dikumpulkan dalam format digital; serta penyebarannya dilakukan melalui jaringan.

Dalam pengertian di atas kita dapat menyimpulkan bahwa media baru diartikan sebagai media yang sudah menekankan integrasi bentuk (format) pesan. Media baru menyatukan pesan dalam bentuk teks, suara, gambar, video, dan bentuk apapun. Kemudian ciri lain adalah media baru memanfaatkan jaringan internet dalam meningkatkan angka pendistribusian pesan.

2. Ciri-ciri Media Baru

Untuk lebih mudah membedakannya, berikut ciri-ciri dari media baru³⁰:

²⁸ Nasrullah Rulli, "*Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sositologi*." (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, Cet. Tiga 2017), hal. 4

²⁹ Dhiya Urahman, Skripsi, "*Fenomena Berit Hoax dan Tantangan Dakwah di Kota Banda Aceh*." (Banda Aceh: UIN Ar-Raniry, 2018), hal. 17.

³⁰ Denis McQuail, *Teori Komunikasi Massa*, (Jakarta: Erlangga 2000), hal. 16.

- 1) Media baru dalam menjalankan fungsinya sebagai media penyampai pesan membutuhkan jaringan nirkabel.
- 2) Media baru memberikan kemudahan untuk komunikator dan komunikan untuk terlibat komunikasi timbal balik dan saling merespon. Ini sulit terjadi ketika menggunakan media konvensional.
- 3) Dalam menggunakan media baru, pengguna diberikan kemudahan untuk menentukan sendiri informasi yang diinginkan.
- 4) Fleksibilitas
- 5) Isi dan pemanfaatannya.

Adapun menurut Lister, ada enam karakteristik dari media baru³¹:

- 1) Pengamatan baru dalam teks, hiburan, kesenangan, dan pola konsumsi media,
- 2) Interaktif media,
- 3) Membentuk hubungan baru antara pengguna dengan konsumen teknologi media,
- 4) Identitas baru bagi komunitas dalam berinteraksi dimana saja,
- 5) Membentuk konsep baru hubungan biologis dan teknologi,
- 6) Membentuk pola baru dalam organisasi reduksi, integrasi sebuah media.

³¹ Yunus Ahmad SYaibani, *New Media Teori dan Aplikasi*, (Karanganyar: Lindu Pustaka, 2011), hal. 7-8.

F. WhatsApp

WhatsApp merupakan sebuah aplikasi pesan instan untuk ponsel yang memberikan kemudahan kepada pengguna untuk menerima dan mengirimkan pesan dalam bentuk informasi teks, lokasi, gambar, video, audio, dan dokumen kepada individu ataupun kelompok secara gratis. Untuk menjalankan *WhatsApp*, ia membutuhkan koneksi internet untuk bisa berjalan, dan kedua belah pihak harus mempunyai aplikasi *WhatsApp* di ponsel mereka.

Diluar dari itu *WhatsApp* juga memberikan informasi kepada para penggunanya ketika pengguna lain sedang *online* (sedang aktif di *WhatsApp*), kapan pengguna terakhir kali mengakses *WhatsApp*, ketika sedang mengetik pesan, dan informasi apabila pesan sudah diterima dan dibaca (apabila fitur-fitur terkait diaktifkan).

Dalam penelitian ini penulis memilih *WhatsApp* sebagai pesan instan yang akan diteliti didasari pada penelitian yang dilakukan oleh Cempaka Fajriningtyas yang menyebutkan bahwa *WhatsApp* merupakan aplikasi yang wajib diinstall oleh rata-rata pengguna di Indonesia, tidak terkecuali masyarakat kota Banda Aceh.³² Selain itu, ada 8 hal yang mengidentifikasi mengapa *WhatsApp* menjadi *mobile instant messaging (MIM)* atau aplikasi pesan instan yang paling banyak digunakan dikarenakan keunggulannya diantara aplikasi-aplikasi serupa.

³² Fajriningtyas, Cempaka, *Mengapa Digital Fluency Indonesia Rendah?*. Accenture Femina Indonesia Vol. 18, 2016, hlm. 44.

Menurut Karen Church dan Rodrigode Oliveira ada 7 penyebab mengapa *Whatsapp* marak digunakan yaitu: biaya, pengaruh sosial, tujuan pneggunaan, rasa saling keterhubungan, keterlibatan dan privasi, penggunaan teknologi, dan mekanisme pengaturan notifikasi.

a. Biaya

Biaya merupakan faktor penentu utama bagi masyarakat dalam menggunakan aplikasi pesan instan. *WhatsApp* merupakan aplikasi gratis yang hanya membutuhkan jaringan internet agar bisa terhubung ke sesama pengguna. Pengguna *WhatsApp* tidak perlu berlangganan aplikasi tersebut ataupun membelinya *Playstore* atau *Appstore*. Hal inilah yang menyebabkan tingginya frekuensi masyarakat dalam menggunakan *WhatsApp* dibanding sarana aplikasi lainnya.

b. Pengaruh Sosial

Pengaruh sosial memiliki dampak yang sangat kuat terhadap jumlah pengadopsian *WhatsApp* sebagai sarana komunikasi. Banyak pengguna beralih ke *WhatsApp* karena kerabat dan teman-teman dekat mereka menggunakan *WhatsApp*.

c. Tujuan Penggunaan

Komunikasi terjadi berdasarkan beberapa tujuan yang beragam. Masyarakat bertukar pesan untuk mengobrol, merencanakan atau berkoordinasi,

berbagi kabar pribadi, berinteraksi dengan grup, berbisnis, dan beriklan. Hadirnya *WhatsApp* menjadikannya sebagai aplikasi yang digunakan paling signifikan untuk berbagai keperluan terkait.

Lebih dari itu *WhatsApp* juga dianggap sebagai tempat mengobrol yang lebih alami. Sebaliknya sifatnya ini membuatnya sering dianggap kurang formal untuk beberapa keperluan tertentu.

d. Rasa Saling Terhubung

Ketika berbicara mengenai frekuensi, pengguna *WhatsApp* cenderung menggunakan *WhatsApp* dalam frekuensi yang cukup tinggi. Masyarakat cenderung menggunakan *WhatsApp* untuk berkomunikasi dengan orang-orang terdekat. Selain itu, *WhatsApp* juga mendukung fasilitas untuk obrolan grup. Ini pula yang menyebabkan terciptanya rasa saling terhubung antar pengguna.

e. Keterlibatan dan Privasi

WhatsApp memperbolehkan pengguna untuk melihat beberapa hal yang tidak bisa ditemukan pada layanan serupa lainnya. Di *WhatsApp* pengguna bisa saling melihat: 1) kapan terakhir kali pengguna lain mengakses aplikasi tersebut, 2) tanda bahwa pesan sudah terkirim, 3) tanda ketika pesan sudah dibaca, 4) dan ketika pengguna *online*. Oleh karena itu, *WhatsApp* menjadi layanan komunikasi *real time* (waktu nyata).

f. Pemanfaatan Teknologi

WhatsApp memberikan makna lain dari pemanfaatan teknologi untuk komunikasi. Dengan *WhatsApp* pengguna dapat mengirimkan berbagai bentuk pesan. Gambar, video, dokumen, dan berbagai format lainnya dimungkinkan untuk dikirimkan dengan *WhatsApp*. Selain itu, *WhatsApp* juga menghubungkan berbagai *platform* sistem operasi sehingga layanan ini bisa digunakan oleh berbagai merk ponsel pintar. Ini memberikan suatu kemudahan baru dalam pemanfaatan teknologi sekaligus membuat *WhatsApp* lebih sering digunakan.

g. Mekanisme Pengaturan Teknologi

Pada era awal kemajuan teknologi komunikasi, notifikasi atau pemberitahuan merupakan suatu keunggulan. Notifikasi memberikan kemudahan terhadap pengguna untuk mengetahui ketika ada pesan masuk. Namun semakin masifnya pemanfaatan internet menciptakan pergeseran, dimana notifikasi dipandang mengganggu. *WhatsApp* memberikan keleluasaan bagi para pengguna untuk menyesuaikan notifikasi mereka. Ia menghadirkan fitur untuk mendinginkan dering untuk beberapa pesan/grup tertentu.

BAB III

METODE PENELITIAN

Untuk menemukan data untuk keperluan dan kegunaan tertentu maka diperlukannya cara-cara ilmiah yang biasa disebut dengan metode penelitian. Menurut Prof. Dr. Sugiyono, cara ilmiah disini berarti kegiatan yang dilakukan dalam penelitian mengedepankan dasar dan ciri-ciri keilmuan, yaitu: rasional, empiris, dan sistematis.³³ Melalui penelitian ilmiah manusia dapat menggunakan data untuk mengidentifikasi, memahami, menganalisa, memecahkan, dan mengantisipasi masalah.

A. Metode dan Pendekatan yang Digunakan

Penelitian ini berfokus pada hubungan antara generasi X, Y dan Z dengan tingkat kemampuan literasi digital terhadap hoaks di *WhatsApp*. Ditinjau dari permasalahan yang ingin diteliti, penulis akan menggunakan pendekatan kuantitatif sebagai metode penelitiannya. Pendekatan kuantitatif cocok digunakan untuk penelitian yang mencari hubungan anatara dua variabel. Selain itu, metode kuantitatif mampu menjelaskan suatu generalisasi sampel terhadap populasinya.³⁴

Dalam memecahkan masalah, penelitian ini menggunakan metode asosiatif. Metode pemecahan masalah ini dilakukan dengan menghubungkan data yang satu dengan yang lainnya sehingga dapat diketahui ada atau tidaknya

³³ Sugiyono. “*Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*”. Alfabeta, CV. Bandung. 2015. Hlm. 2

³⁴ Burhan bungun, “*Metodologi Penelitian Kuantitatif: Komunikasi, Ekonomi, Dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*”. Kencana Prenada Media Group. Jakarta. 2008. Hlm. 38.

hubungan antara kedua data. Dengan melihat hubungan antar fakta-fakta secara objektif akan menghasilkan pemecahan masalah yang semakin luas dan hasil penelitian akan semakin bermanfaat.³⁵

B. Teknik Pengumpulan Data

Dalam pengumpulan data primer, peneliti menggunakan kuesioner sebagai instrumen penelitian. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan menggunakan seperangkat pertanyaan tertulis yang diberikan kepada informan/responden. Berikut tahapan dalam pengumpulan data :

1. Kuesioner yang diberikan menggunakan skala likert yang menggunakan metode skoring dengan skala 1 sampai 4³⁶, yaitu:
 - a. SS (Sangat Setuju) = 4
 - b. S (Setuju) = 3
 - c. TS (Tidak Setuju) = 2
 - d. STS (Sangat Tidak Setuju) = 1
2. Kuesioner disebarakan kepada responden melalui *platform google* formulir.
3. Untuk generasi X, kuesioner disebarakan secara langsung dalam bentuk cetak (*print*).
4. Data kuesioner yang telah terkumpul akan dimasukkan ke dalam aplikasi olah data.

³⁵ Sugiyono. "Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D". Alfabeta, CV. Bandung. 2015. Hlm. 304.

³⁶ Sugiyono. "Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D". Alfabeta, CV. Bandung. 2015. Hlm. 93.

C. Variabel Penelitian

Variabel diartikan sebagai konsep atau gagasan suatu penelitian. Dapat pula diterjemahkan bahwa variabel merupakan pengelompokan anggota-anggota kelompok ke dalam golongan-golongan tertentu.³⁷ Dalam penelitian ini, terdapat dua variabel, yaitu *dependent* (terikat) dan *independent* (bebas).

1. Variabel *Independent* (bebas) adalah variabel yang memberi pengaruh atau yang menjadi sebab ada perubahan atau timbulnya variabel *dependent*. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel bebas adalah generasi X, Y, dan Z. Variabel ini selanjutnya disebut variabel X.
2. Variabel *dependent* (terikat) secara sederhana dipahami sebagai variabel yang mendapat pengaruh atau yang menjadi akibat adanya variabel bebas. Dalam penelitian ini, tingkat kemampuan literasi digital terhadap hoaks adalah variabel terikat.

D. Subjek Penelitian

Penelitian ini dilakukan di UIN Ar-Raniry. Dalam penelitian ini yang menjadi subjek penelitian ini adalah civitas akademik UIN Ar-Raniry Banda Aceh yang aktif menggunakan *Whatsapp*. Responden merupakan generasi X, Y, dan Z dengan jumlah akumulatif 90 responden. Penentuan angka sampel dilakukan berlandaskan ketentuan yang disampaikan Roscoe dalam buku

³⁷ Ahmad Tanzeh. "Pengantar Metode Penelitian". Teras. Yogyakarta. 2009. Hlm. 11.

Research Methods for Business bahwa untuk sampel yang berkategori maka jumlah anggota sampel masing-masing minimal 30.

Penentuan jumlah sampel juga mempertimbangkan kemampuan peneliti dalam mengambil dengan tidak mengesampingkan proses ilmiah jumlah minimal sampel penelitian. Jumlah responden juga memenuhi kriteria untuk dilakukan penelitian korelasi *bivariate* yang penulis lakukan yaitu jumlah sampel minimal 10 kali variabel penelitian. Dengan jumlah 90 responden, maka penulis telah memenuhi syarat minimal penelitian dengan dua variabel yaitu minimal sampel yang dibutuhkan adalah $2 \times 10 = 20$ sampel.³⁸

Teknik *sampling* yang digunakan adalah *stratified disproportionate random sampling*. Teknik ini penulis gunakan karena sampel dalam penelitian ini bersrtrata yaitu Generasi X, Y, dan Z. Kemudian sampel diambil secara acak (*random*) sehingga siapa saja yang menjadi bagian dari populasi memiliki kesempatan yang sama untuk berpartisipasi dalam survei penelitian ini.

Metode *random sampling* sangat cocok digunakan untuk penelitian yang menggunakan teknik analisis data statistik inferensial. Adapun pembagian jumlah sampel dari masing-masing kelompok usia diambil menggunakan teknik

³⁸ Sugiyono. “*Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*”, Alfabeta. Bandung. 2015. Hlm. 91.

disproportionate sampling hal ini dikarenakan persebaran strata yang tidak proporsional (seimbang) antara generasi X, Y, dan Z.³⁹

E. Teknik Pengolahan Data

Setelah data terkumpul dilakukanlah pengolahan data yang disesuaikan dengan kebutuhan. Dalam penelitian ini, yang ingin diteliti adalah asosiatif/hubungan antara variabel X dengan variabel Y. Untuk menemukan hubungan tersebut, peneliti menggunakan analisis data statistik inferensial dengan mencari koefisien korelasi pearsons atau *Pearsons Correlation Coefficient* (r) dengan rumus:

$$r = \frac{n\sum xy - \sum x \sum y}{\sqrt{[n(\sum x^2) - (\sum x)^2][n(\sum y^2) - (\sum y)^2]}}$$

Keterangan :

r = koefisien korelasi

n = banyak data

x = variabel independent

y = variabel dependent

Dengan analisis korelasi kita dapat melihat bagaimana dua variabel saling berhubungan. Apabila memang ada hubungan tersebut, kita selanjutnya dapat

³⁹ Ardial. "Paradigma dan Model Penelitian Komunikasi". Bumi Aksara. Jakarta. 2014. Hlm 344.

mendalami bagaimana arah hubungan dan seberapa besar keterkaitan dua variabel tersebut. Hal ini dapat diketahui dari hasil perhitungan rumus korelasi Pearson di atas.

Hasil dari koefisien korelasi Pearson dapat diartikan bahwa, jika $r = -1$ maka terdapat hubungan terbalik sempurna antara dua variabel tersebut. Artinya, apabila nilai variabel X semakin besar, maka nilai variabel Y semakin mengecil. Namun jika $r = 1$ maka hubungan yang terbentuk di antara dua variabel adalah hubungan linear sempurna, artinya semakin besar nilai X maka semakin besar pula nilai Y. sehingga disimpulkan bahwa $-1 \leq r \leq 1$, atau nilai koefisien r berkisar antara -1 hingga 1 dan semakin mendekati 0 maka hubungan antar variabel semakin rendah.⁴⁰

Hasil koefisien korelasi Pearson sangat sesuai untuk digunakan sebagai alat ukur dalam penelitian ini. Ukuran korelasi digunakan untuk mengukur kekuatan suatu hubungan dan secara lebih mendalam dapat menggambarkan arah hubungan linear dari dua variabel yang dicari. Namun perlu dicatat bahwa ada atau tidak adanya hubungan melalui nilai koefisien Pearson belum mampu menjelaskan ada atau tidak adanya hubungan kausalitas, sebab-akibat.

⁴⁰ Tukiran Taniredja dan Hidayati Mustafidah. “*Penelitian Kuantitatif (Sebuah Pengantar)*”. Alfabeta. Bandung. 2012. Hlm 95.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Data

Dalam penelitian ini responden yang diteliti adalah civitas akademika UIN Ar-Raniry Banda Aceh. Yang dimaksud dengan civitas akademika adalah seluruh warga dalam ruang lingkup kampus UIN Ar-Raniry. Sampel responden tersebut kemudian dipilih menggunakan metode *stratified disproportionate random sampling* dimana responden ditentukan kriterianya berdasarkan strata usianya yaitu berusia 40-54 tahun untuk generasi X, berusia 25-39 tahun untuk generasi Y dan berusia 10-24 tahun untuk generasi Z.

Pelaksanaan penelitian dilakukan dengan metode survei (*self administered survey*) yaitu pengumpulan data primer dengan memberikan 7 item pertanyaan melalui kuesioner terkirim (*mailed questionnaire*) dan menyebarkan langsung kepada responden. Penelitian dilakukan kepada 90 responden dengan *stratified disproportionate random sampling*, artinya responden dikelompokkan terlebih dahulu berdasarkan kelompok usianya, kemudian diambil dengan jumlah sama rata (tidak proporsional) dengan 30 responden bagi masing-masing generasi secara acak.

a. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin dan Biaya Internet

Distribusi frekuensi berdasarkan jenis kelamin dari 90 responden, 52% atau setara dengan 47 responden merupakan laki-laki. Sedangkan sisa

responden dengan persentase 47,8% atau 43 responden berjenis kelamin perempuan.

Tabel 4.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.

		Jenis Kelamin			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-laki	47	52.2	52.2	52.2
	Perempuan	43	47.8	47.8	100.0
	Total	90	100.0	100.0	

Dilihat dari segi pengeluaran biaya untuk internet termasuk biaya berlangganan wi-fi, distribusi frekuensi tertinggi yaitu pada 35,6% atau 32 dari 90 responden berlangganan internet dengan biaya Rp 51.000 – Rp 100.000. Selanjutnya 22,2% atau 20 responden memiliki pengeluaran sebesar Rp 101.000 – 150.000. 17,8% atau 16 responden mengeluarkan Rp 151.000 – Rp 200.000. 11,1% atau 10 responden menghabiskan Rp 200.000 – Rp 250.000, sedang 11,1% lainnya menghabiskan lebih dari Rp 250.000. menariknya dari total 90 responden hanya sebesar 2,2% atau hanya 2 responden yang pengeluaran internetnya dibawah Rp 50.000. kedua responden dengan pengeluaran internet dibawah Rp 50.000 berasal dari generasi Z.

X1.4	Pearson Correlation	-.036	.344**	.083	1	-.109	.148	.212	.492**
	Sig. (2-tailed)	.752	.002	.463		.332	.187	.058	.000
	N	81	81	81	81	81	81	81	81
X1.5	Pearson Correlation	.289**	.142	.326**	-.109	1	-.017	-.044	.392**
	Sig. (2-tailed)	.009	.205	.003	.332		.883	.698	.000
	N	81	81	81	81	81	81	81	81
X1.6	Pearson Correlation	-.048	.459**	-.027	.148	-.017	1	.424**	.575**
	Sig. (2-tailed)	.672	.000	.812	.187	.883		.000	.000
	N	81	81	81	81	81	81	81	81
X1.7	Pearson Correlation	.122	.236*	.062	.212	-.044	.424**	1	.606**
	Sig. (2-tailed)	.278	.034	.583	.058	.698	.000		.000
	N	81	81	81	81	81	81	81	81
X1_OTAL	Pearson Correlation	.417**	.629**	.450**	.492**	.392**	.575**	.606**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	81	81	81	81	81	81	81	81
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).									
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).									

Pengambilan keputusan uji validitas didasari pada dua hal yaitu nilai r hitung harus lebih besar daripada nilai r tabel *product moment* dan nilai signifikansi masing-masing item harus lebih kecil dari 0,05. Dengan N = 80 maka didapat nilai r tabel = 0,286 dengan taraf signifikansi 1%.

Berdasarkan tabel diatas, hasil uji validitas variabel literasi digital terhadap hoaks di *WhatsApp* didapatkan hasil bahwa semua item pertanyaan memiliki r hitung diatas 0,392. Dengan N = 80 maka didapat nilai r table = 0,286 dengan taraf signifikansi 1%. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa ketujuh item pertanyaan dalam variabel literasi digital terhadap hoaks dinyatakan valid.

b. Uji Realibilitas

Pengukuran reliabilitas dengan menggunakan uji statistik *cronbach alpha* (α). Uji ini dilakukan menggunakan aplikasi statistik, dengan hasil uji sebagaimana ditunjukkan pada tabel berikut.

Tabel 4.4. Hasil Uji Realibilitasitas

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.528	7

Dari hasil uji reliabilitas yang terlihat pada tabel diatas dapat diketahui bahwa nilai *cronbach's alpha* pada variabel literasi digital terhadap hoaks dalam penelitian ini adalah 0,528.

Tabel 4.5. Cronbach's Alpha

Nilai <i>Cronbach's Alpha</i>	Tingkat Keandalan
0.0 - 0.20	Kurang Andal
>0.20 – 0.40	Agak Andal
>0.40 – 0.60	Cukup Andal
>0.60 – 0.80	Andal
>0.80 – 1.00	Sangat Andal

Mengacu pada tabel diatas maka nilai *chronbach's alpha* 0,528 dapat dikatakan cukup *reliable*.

C. Hasil Penelitian

Untuk mengetahui hubungan antara Generasi X, Y, dan Z maka data diolah dengan menggunakan program komputer untuk menentukan koefisien korelasi. Analisis korelasi bertujuan untuk mengetahui apakah antara variabel generasi X, Y, dan Z dengan variabel literasi digital terhadap hoaks di *WhatsApp* terdapat hubungan, dan jika ada hubungan, bagaimana arah hubungan dan seberapa erat hubungan tersebut. Adapun hasil analisis korelasi antara generasi X, Y, dan Z dengan literasi digital terhadap hoaks adalah sebagai berikut.

Tabel 4.6. Hasil Uji Korelasi Pearson

Correlations			
X	Pearson Correlation		-.335**
	Sig. (2-tailed)		.001
	N	0	0
Y	Pearson Correlation	-.335**	
	Sig. (2-tailed)	.001	
	N	0	0
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).			

Koefisien korelasi dapat dipahami sebagai nilai untuk menentukan hubungan atau korelasi. Dari nilai koefisien korelasi atau taraf signifikansi ini nantinya dapat menjadi referensi untuk menyatakan suatu hipotesis dapat diterima atau sebaliknya ditolak. Rentang nilai ini bergerak diantara $0 \geq 1$ atau $1 \leq 0$. Hasil

penelitian ini, sesuai dengan tabel diatas, didapatkan hasil koefisien korelasi Pearson sebesar $-0,335^{**}$. Makna persebaran dari nilai koefisien korelasi dapat merujuk pada tabel berikut.

Tabel 4.7. Nilai Koefisien Korelasi Pearsonn

Interval Koefisien	Kekuatan Hubungan
+0,60 – ke atas	Hubungan positif yang kuat
+0,40 - +0,59	Hubungan positif yang sedang
+0,20 - +0,39	Hubungan positif yang rendah
+0,0 - +0,19	Hubungan positif yang tidak berarti
0,0	Tidak ada hubungan
-0,00 - -0,19	Hubungan negatif yang tidak berarti
-0,19 - -0,39	Hubungan negatif yang rendah
-0,40 - -0,59	Hubungan negatif yang sedang
-0,60 - -ke bawah	Hubungan negatif yang kuat

Mengacu pada tabel diatas maka nilai koefisien korelasi Pearson $-0,335^{**}$ (negatif) bermakna adanya hubungan negatif yang rendah. Ini dimaknai bahwa ada hubungan antara kedua variable. Namun hubungan yang terbentuk cenderung rendah sehingga secara sederhana dapat dipahami bahwa usia berpengaruh terhadap kemampuan literasi digital terhadap hoaks dengan tingkat hubungan yang cenderung rendah.

D. Pembahasan

Penelitian ini bertujuan untuk menguji ada atau tidaknya hubungan antara generasi X, Y, dan Z dengan tingkat kemampuan literasi digital terhadap hoaks. Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data maka hasil pengujian hipotesis pada penelitian ini yaitu H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal ini berarti ada hubungan antara generasi X, Y, dan Z dengan literasi digital terhadap hoaks.

Melalui analisis koefisien korelasi *product moment* diperoleh harga koefisien korelasi sebesar -0.335^{**} . Penelitian ini menunjukkan hubungan antara generasi X, Y, dan Z dengan literasi digital terhadap hoaks bersifat negatif. Artinya besar signifikansi hubungan antara variabel generasi X, Y, dan Z dan literasi digital terhadap hoaks di *WhatsApp* ialah sebesar $-0,335$ atau hubungan negatif rendah. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa usia, generasi, atau umur tidak memiliki pengaruh kuat terhadap kemampuan seseorang dalam menghadapi berita hoaks, khususnya di *WhatsApp*.

Hal ini ternyata sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti dari Universitas Padjajaran kepada 480 responden yang berada di Provinsi Jawa Barat tentang kecenderungan responden terhadap hoaks. Hasilnya

sama bahwa faktor umur tidak berpengaruh terhadap perilaku responden dalam mempercayai dan menyebarkan hoaks.⁴¹

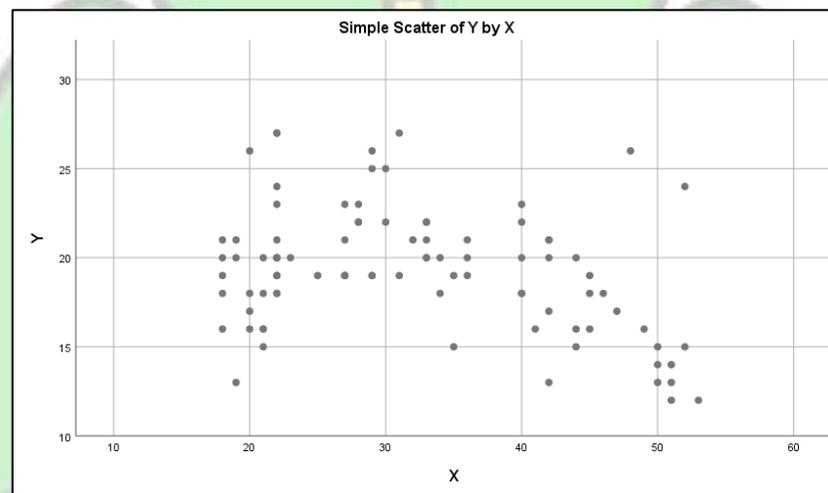
Tanda dua bintang (**) pada koefisien korelasi sebesar -0.335^{**} dapat menggambarkan kadar signifikansi hingga 0,001. Berdasarkan tabel diatas hubungan variabel Generasi X, Y dan Z signifikan terhadap literasi digital terhadap hoaks karena angka signifikansi sebesar $0,001 < 0,01$. Arah korelasi dapat dilihat dari angka koefisien korelasi hasilnya positif atau negatif. Sesuai dengan hasil analisis, koefisien korelasi bernilai negatif yaitu $-0,335$ maka korelasi kedua variabel bersifat tidak searah. Artinya semakin tinggi variabel generasi maka semakin rendah variabel kemampuan literasi digital terhadap hoaks. Hal ini menjelaskan bahwa generasi X cenderung memiliki kemampuan literasi digital terhadap hoaks di *WhatsApp* yang lebih rendah daripada generasi Y dan generasi Z.

Secara kualitatif hal ini didasarkan pada asumsi bahwa generasi X menggunakan *WhatsApp* hanya sebatas transaktor untuk menuntaskan pekerjaan yang sebelumnya dikerjakan menggunakan teknologi lama. Berbeda dengan generasi Y dan Z yang merupakan *digital native* dengan teknologi sebagai bagian dari kesehariannya.

⁴¹ “Penelitian di Indonesia: umur tidak mempengaruhi kecenderungan orang menyebarkan hoaks “. [Theconversation.com/penelitian-di-indonesia-umur-tidak-mempengaruhi-kecenderungan-orang-menyebarkan-hoaks-110621](https://www.theconversation.com/penelitian-di-indonesia-umur-tidak-mempengaruhi-kecenderungan-orang-menyebarkan-hoaks-110621). Diakses pada 4 Maret, 2020.

Agar lebih jelas, dibawah ini merupakan grafik *scatter plot* untuk menggambar hubungan rendah yang tidak searah antara variabel generasi X, Y, dan Z dengan variabel literasi digital terhadap hoaks di *WhatsApp*.

Grafik 4.1. Hasil Uji Heteroskedastisitas



Hubungan tidak searah tidak cukup terlihat dalam tabel di atas antara variabel Generasi X, Y, dan Z dengan variabel literasi digital terhadap hoaks. Persebaran grafik *scatter plot* terlihat tidak membentuk pola yang begitu jelas, maka dapat disimpulkan hubungan yang terbentuk antar kedua variabel tidak cukup kuat sehingga memperkuat pemahaman bahwa profil usia maupun generasi seseorang tidak mampu menentukan kecenderungan mereka dalam menanggapi hoaks.

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian ditemukan bahwa terdapat hubungan negatif dengan tingkat rendah antara variabel generasi X, Y, dan Z dengan variabel literasi digital terhadap hoaks dengan nilai koefisien korelasi Pearson $-0,335$. Artinya generasi tidak memiliki pengaruh yang cukup kuat terhadap kemampuan individu dalam menghadapi hoaks. Keterkaitan hubungan dua variabel yang rendah juga membatasi peneliti dalam memahami bagaimana hubungan saling mempengaruhi yang terbentuk. Hubungan yang tidak signifikan menyebabkan penelitian ini tidak dapat menjelaskan secara pasti apakah semakin tinggi usia maka semakin rendah kemampuan literasi digital maupun sebaliknya.

Namun hasil analisis korelasi dalam penelitian ini cukup memberi gambaran bahwa hubungan yang dibentuk merupakan hubungan negatif. Hubungan negatif mampu memberi gambaran bahwa ketika nilai satu variabel naik menyebabkan penurunan nilai pada variabel lain. Hal ini dapat dimaknai bahwa ada kecenderungan semakin tinggi usia, maka semakin rendah kemampuan individu dalam menggunakan data, pengetahuan terkait keamanan di *smartphone*, dan kemampuan menafsirkan informasi termasuk berita hoaks yang beredar di *WhatsApp*.

Kecenderungan yang terbentuk sesuai dengan landasan dari pakar teori generasi, William Strauss dan Neil Howe, yang menyatakan bahwa generasi Y dan Z merupakan generasi yang tumbuh di tengah perkembangan teknologi yang pesat sehingga lebih mampu mengidentifikasi informasi yang beredar di *WhatsApp*. Generasi Y dan Z menjadikan teknologi sebagai bagian dari kehidupan sehari-hari sehingga cenderung berbeda dengan generasi X yang memanfaatkan teknologi hanya secara praktikal untuk mengerjakan pekerjaan. Namun, kecenderungan ini bisa pula disebabkan oleh beberapa faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

B. Keterbatasan Penelitian

1. Penelitian ini membahas tentang pengaruh kelompok generasi dan hubungannya dengan kemampuan literasi digital terhadap hoaks. Tentunya masih banyak variabel yang mempengaruhi kemampuan seseorang dalam literasi digital terhadap hoaks di *WhatsApp*.
2. Penilaian responden disampaikan melalui instrumen kuesioner yang kemudian dijadikan sebagai data primer dalam penelitian ini sehingga sangat mungkin ada responden yang tidak serius dalam berpartisipasi.
3. Keterbatasan waktu menjadikan penelitian ini hanya mengambil sampel civitas akademika di UIN Ar-Raniry untuk mewakili seluruh masyarakat di Kota Banda Aceh sehingga sangat mungkin terdapat faktor lain yang

mempengaruhi kemampuan literasi digital terhadap hoaks di *WhatsApp* seseorang.

4. Penelitian ini masih kurang dalam hal teori pendukung yang menyebabkan hasil penelitian tidak dapat berkontribusi secara luas.

C. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan maka penulis mengajukan beberapa saran sebagai berikut:

1. Bagi Pemerintah dan Lembaga Pendidikan Formal

Bagi pemerintah dan lembaga pendidikan formal, hendaknya meninjau kembali faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi kemampuan literasi digital terhadap hoaks di *WhatsApp* agar dapat melakukan sosialisasi literasi digital yang sesuai untuk meningkatkan kemampuan masyarakat dalam menghadapi informasi-informasi hoaks yang beredar.

2. Bagi Masyarakat

Bagi masyarakat, hendaknya lebih teliti dalam menanggapi informasi yang beredar cepat di *WhatsApp*. Masyarakat sebagai pengguna aktif *WhatsApp* diharapkan tidak ikut menjadi penyebar atau pembuat informasi hoaks. Terakhir masyarakat harus mampu menganalisa kebenaran informasi dan lebih berhati-hati dalam mempercayai suatu informasi

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya yang hendak melanjutkan penelitian terkait generasi X, Y, dan Z dengan literasi digital terhadap hoaks diharapkan untuk dapat menyempurnakan penelitian ini dengan menambah beberapa variabel maupun jumlah responden sehingga penelitian selanjutnya lebih berkembang dan dapat memperlihatkan hubungan yang lebih jelas antar variabel.



DAFTAR PUSTAKA

A. Buku

- Ardial. *Paradigma dan Model Penelitian Komunikasi*. Jakarta: Bumi Aksara, 2014.
- Ash-Shiddieqy, Teungku Muhammad Hasbi, *Tafsir Al-Qur'anul Madjid An-Nur Jilid 4*. Jakarta: Cakrawala Publishing, 2011.
- Bungun, Burhan. *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Komunikasi, Ekonomi, Dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2008.
- Heryanto. *Melawan Hoax Di Media Sosial dan Media Massa*. Jakarta: Trust Media Publishing, 2017.
- McQuail, Denis. *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Erlangga, 2000.
- Mulyana, Deddy. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2007.
- Rulli, Nasrullah. *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sioteknologi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, Cet. Tiga 2017.
- Shihab, Muhammad Quraish, *Tafsir Al-Mishbah: Pesan, Kesan dan Keserasian Al-Qur'an*. Pisangan Ciputat: Lentera Hati, 2007.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta, 2015.
- Syaibani, Yunus Ahmad. *New Media Teori dan Aplikasi*. Karanganyar: Lindu Pustaka, 2011.
- Taniredja, Tukiran. *Penelitian Kuantitatif (Sebuah Pengantar)*. Bandung: Alfabeta, 2012.
- Tanzeh, Ahmad. *Pengantar Metode Penelitian*. Yogyakarta: Teras. 2009.
- West, Richard dan Lynn H. Turner. *Pengantar Teori Komunikasi Analisis dan Aplikasi*. Jakarta: Penerbit Salemba Humanika, 2008.

B. Skripsi

Dhiya Urahman. *Fenomena Berita Hoax dan Tantangan Dakwah di Kota Banda Aceh*. Skripsi, UIN Ar-Raniry Banda Aceh: 2018.

C. Jurnal

Fajriningtyas, Cempaka. “Mengapa Digital Fluency Indonesia Rendah?”. *Accenture Femina Indonesia*, Volume 18, 2016.

Guess, Abdreu. “Less than you think: Prevalence and predictors of fake news dissemination on Facebook”, *Science Advance Magazine*, 2019.

Juditha, Christiany. “Interaksi Komunikasi Hoax di Media Sosial serta Antisipasinya”, *Jurnal Pekommas*, Volume 3 No. 1. 2018.

Lankshear, Colin dan Michele Knobel. “Digital Literacy and Digital Literacies: Policy, Pedagogy and Research Consideration of Education.” *Digital Kompetanse* Volume 1, 2006.

Singh, A.P. dan Dangmei, J. “Understanding The Generation Z: The Future Workforce”, *South -Asian Journal of Multidisciplinary Studies*, Volume 3 Edisi 3, 2016.

Triartanto Yudo. A. “Kredibilitas Teks Hoax di Media Siber”, *Jurnal Komunikasi*, Volume 6, No. 2, 2015.

Virga, Rika Lusri dan Nanang Adriadi. “Digital Literacy and Hoax on Social Media”. *Atlantis Press*, Voljume 339, 2019.

D. Website

LIPI: Jawa Barat, Aceh, dan Banten Tertinggi Informasi Hoaks, <https://www.cnnindonesia.com/nasional/20190118175011-20-362017/lipi-jawa-barat-aceh-dan-banten-tertinggi-informasi-hoaks>. Diakses pada 21 November 2019 pukul 14.38 WIB.

“Hoax atas hoax”, <https://majalah.tempo.co/read/152782/hoax-atas-hoax>, diakses pada 25 September 2019, pukul 15.27.

Meriam Webster Dictionary, *Hoax*, <https://www.merriam-webster.com>, diakses tanggal 18 September 2019, pukul 10.42.

KBBI Daring, *Hoaks*, <https://kbbi.kemdikbud.go.id>, diakses tanggal 18 September 2019, pukul 03.30.

[Www.kemenag.go.id/file/dokumen/UU1108.pdf](http://www.kemenag.go.id/file/dokumen/UU1108.pdf), diakses pada 2 Juli 2019.

E. Referensi Lainnya

Isu Hoaks Bulanan Maret di Banda Aceh 2019, Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia 2019.

Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an Tajwid dan Terjemahanny*.

UNESCO. "A Global Framework of Reference on Digital Literacy Skills for Indicator 4.4.2". Information Paper No. 51. Hlm. 7. 2018.

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 11 tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.



**SURAT KEPUTUSAN DEKAN FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UIN AR-RANIRY BANDA ACEH
Nomor: B.4842/Un.08/FDK/KP.00.4/12/2019**

**Tentang
Pembimbing Skripsi Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Semester Ganjil Tahun Akademik 2019/2020**

DEKAN FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

- Menimbang** : a. Bahwa untuk kelancaran bimbingan Skripsi pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry, maka dipandang perlu menunjuk Pembimbing Skripsi.
b. Bahwa yang namanya tercantum dalam Surat Keputusan ini dipandang mampu dan cakap serta memenuhi syarat untuk diangkat dalam jabatan sebagai Pembimbing Skripsi.
- Mengingat** : 1. Undang-Undang No. 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional;
2. Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2005, tentang Guru dan Dosen;
3. Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2012, tentang Pendidikan Tinggi;
4. Peraturan Pemerintah Nomor 19 Tahun 2005, tentang Standar Pendidikan Nasional;
5. Peraturan Pemerintah Nomor 37 Tahun 2009, tentang Dosen;
6. Peraturan Pemerintah Nomor 4 Tahun 2014, tentang Penyelenggara Pendidikan Tinggi dan Pengelolaan Perguruan Tinggi;
7. Peraturan Pemerintah Nomor 53 Tahun 2010, tentang Disiplin Pegawai Negeri Sipil;
8. Peraturan Presiden RI Nomor 64 Tahun 2013, tentang Perubahan IAIN Ar-Raniry Banda Aceh menjadi UIN Ar-Raniry Banda Aceh;
9. Peraturan Menteri Agama RI Nomor 12 Tahun 2014, tentang organisasi dan tata kerja UIN Ar-Raniry;
10. Keputusan Menteri Agama No.89 Tahun 1963, tentang Penetapan Pendirian IAIN Ar-Raniry;
11. Keputusan Menteri Agama No. 153 Tahun 1968, tentang Penetapan Pendirian Fakultas Dakwah IAIN Ar-Raniry;
12. Keputusan Menteri Agama Nomor 21 tahun 2015 tentang Statuta UIN Ar-Raniry;
13. Surat Keputusan Rektor UIN Ar-Raniry No. 01 Tahun 2015 tentang Pendelegasian Wewenang kepada Dekan dan Direktur PPs dalam lingkungan UIN Ar-Raniry
14. DIPA UIN Ar-Raniry Nomor: 025.04.2.423925/2020, Tanggal 12 November 2019

MEMUTUSKAN

- Menetapkan** : Surat Keputusan Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry.
Pertama : Menunjuk Sdr. 1) Zainuddin T, M. Si..... (Sebagai PEMBIMBING UTAMA)
2) Arif Ramdan, M.A..... (Sebagai PEMBIMBING KEDUA)

Untuk membimbing KKK Skripsi:

Nama : Rizky Munazar
NIM/Prodi : 150401026/Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI)
Judul : Hubungan Antara Generasi X, Y, dan Z dengan Literasi Digital Terhadap Hoaks

- Kedua** : Kepada Pembimbing yang tercantum namanya di atas diberikan honorarium sesuai dengan peraturan yang berlaku;
- Ketiga** : Pembiayaan akibat keputusan ini dibebankan pada dana DIPA UIN Ar-Raniry Tahun 2020;
- Keempat** : Segala sesuatu akan diubah dan ditetapkan kembali apabila di kemudian hari ternyata terdapat kekeliruan di dalam Surat Keputusan ini.
- Kutipan** : Surat Keputusan ini diberikan kepada yang bersangkutan untuk dapat dilaksanakan sebagaimana mestinya.

Ditetapkan di : Banda Aceh

Pada Tanggal : 27 Desember 2019 M
1 Jumadil Awal 1441 H



- Tembusan:**
1. Rektor UIN Ar-Raniry.
 2. Kabag. Keuangan dan Akuntansi UIN Ar-Raniry.
 3. Pembimbing Skripsi.
 4. Mahasiswa yang bersangkutan.
 5. Arsip.

Keterangan:
SK berlaku sampai dengan tanggal: 26 Desember 2020

Nomor : Istimewa
Lamp. : 1 (satu) eks.
Hal : Permohonan Surat Keterangan Revisi Judul Skripsi

Kepada,
Yth. Bapak Ketua Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry

di -
Darussalam - Banda Aceh

Assalamu'alaikum Wr.Wb.
Dengan Hormat, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Rizky Munazar
NIM : 150401026
Sem / Jur : IX / Komunikasi Penyiaran Islam (KPI) / Komunikasi
No. HP : 085359827181
Judul Skripsi : *Terpaan Hoaks pada Generasi X, Y, dan Z di Kota Banda Aceh.*

Dengan ini memohon kepada Bapak berkenan kiranya merevisi judul skripsi saya menjadi:

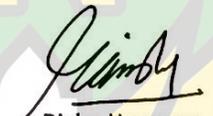
Hubungan Antara Generasi X, Y dan Z dengan Literasi Digital Terhadap Hoaks.

Sebagai bahan pertimbangan Bapak, bersama ini turut saya lampirkan:

- 1 (satu) lembar fotokopi SK Skripsi yang telah dilegalisir.

Demikian surat permohonan ini saya sampaikan, atas perhatian dan pertimbangan Bapak, saya ucapkan terima kasih.

Darussalam, 23 Desember 2016
Pemohon,


Rizky Munazar
NIM. 150401026

Mengetahui/menyetujui,

Pembimbing Utama,

Pembimbing Kedua,



Zainuddin T. M. Si
NIP. 19701104 200003 1 002


Arif Ramdan, M.A
NIP. 20310780001

AR - RANIRY

Catatan Jurusan KPI dan Pembimbing:

.....
.....
.....



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
Jl. Syeikh Abdur Rauf Kopelma Darussalam Banda Aceh
Telepon : 0651- 7552548, www.dakwah arraniry.ac.id

Nomor : B.4885/Un.08/FDK.I/PP.00.9/1/2020

3 Januari 2020

Lamp : -

Hal : *Penelitian Ilmiah Mahasiswa*

Kepada

- Yth, 1. Kepala Biro AU PK UIN Ar-Raniry
2. Kepala Pusat Pengembangan Bahasa UIN Ar-Raniry
3. Kepala Pusat Teknologi Informasi dan Pangkalan Data UIN Ar-Raniry
4. Dekan Fakultas Tabiyah dan Keguruan UIN Ar-Raniry
5. Dekan Fakultas Syariah dan Hukum UIN Ar-Raniry
6. Dekan Fakultas Psikologi UIN Ar-Raniry
7. Kepala UPT. Perpustakaan UIN Ar-Raniry

di-

Tempat

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Pimpinan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry dengan ini menerangkan bahwa:

Nama /Nim : Rizky Munazar / 150401026
Semester/Jurusan : IX / Komunikasi dan Penyiaran Islam
Alamat sekarang : Lampeudaya, Kab. Aceh Besar

saudara yang tersebut namanya diatas benar mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi bermaksud melakukan penelitian ilmiah di lembaga yang Bapak pimpin dalam rangka penulisan Skripsi dengan judul *Hubungan Antara Generasi X, Y, dan Z dengan Literasi Digital Terhadap Hoaks di Kota Banda Aceh*

Demikian surat ini kami sampaikan atas perhatian dan kerjasama yang baik, kami mengucapkan terimakasih.

Wassalam
an. Dekan,
Wakil Dekan Bidang Akademik
dan Kelembagaan,

