

## Hubungan Tayangan Miss Lambe Hoaks Kemkominfo dengan Sikap Kritis *Hoax* Generasi Milenial

Relation the Show of Miss Lambe Hoaks Kemkominfo and Critical Attitude Hoax of Millennial Generation

<sup>1</sup>Santika Andriyani Rahman, <sup>2</sup>M. Rochim

<sup>1,2</sup>*Prodi Ilmu Manajemen Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Bandung, Jl. Tamansari No.1 Bandung 40116*

*email: <sup>1</sup>santikaandriyanir@gmail.com, <sup>2</sup>mochammad.rochim@unisba.ac.id*

**Abstract.** Talking about hoaxes will not be separated from media literacy where educating the audience to be literate towards the media. But the culture of literacy also needs to be instilled and driven by a critical attitude in thinking, which is good and which is bad so that people do not even spread hoaxes. With the development of technology at this time, the Ministry of Communication and Information Technology utilizes these technological developments to provide digital media literacy to audiences through a show, namely Miss Lambe Hoaks which is published through social media and one of which is YouTube as a step in reducing the spread of hoax news in the community. This study looked at the relationship of impressions Miss Lambe Hoaks hoax Kemkominfo with a critical attitude among viewers of the millennial generation students. The method used in this research is quantitative with correlational approach. Using the techniques of data collection in the form of a questionnaire, interview, and literature study. The population in this study were students of Faculty of Communication Bandung Islamic University who had watched YouTube Miss Lambe Hoaks Kemkominfo episode 1. Sampling using simple random sampling technique which fall into the category of probability sampling. Results of the first study showed that variables communicator has a relationship with a critical attitude with a low level but surely. Results of the second study, the variable message is the dominant variable relationship with the critical attitude which showed a significant extent. The results of a third study, the variable media showed a low level of closeness but certainly with a critical attitude. The overall results of this study show a correlation relationship between impressions Miss Lambe Hoaks Kemkominfo the critical attitude of the millennial generation hoax to have high levels of a significant relationship.

**Keywords:** Impressions, Miss Lambe Hoaks, Critical Attitude, Hoax.

**Abstrak.** Membicarakan mengenai *hoax* tidak akan lepas dari literasi media di mana mendidik khalayak agar melek terhadap media. Namun budaya literasi juga perlu ditanamkan dan didorong oleh sikap kritis dalam berfikir, mana yang baik dan mana yang buruk agar masyarakat tidak malah menyebarkan *hoax*. Dengan perkembangan teknologi pada saat ini, Kementerian Komunikasi dan Informatika memanfaatkan perkembangan teknologi tersebut untuk memberikan literasi media digital kepada khalayak melalui sebuah tayangan, yakni Miss Lambe Hoaks yang dipublikasikan melalui media sosial dan salah satunya *YouTube* sebagai langkah dalam mengurangi penyebaran berita *hoax* di lingkungan masyarakat. Penelitian ini melihat hubungan tayangan Miss Lambe Hoaks Kemkominfo dengan sikap kritis *hoax* generasi milenial. Metode yang digunakan dalam penelitian ini kuantitatif dengan pendekatan korelasional. Menggunakan teknik pengumpulan data berupa kuesioner, wawancara, dan studi kepustakaan. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Bandung yang pernah menonton tayangan *YouTube* Miss Lambe Hoaks Kemkominfo episode 1. Penarikan sampel menggunakan teknik *simple random sampling* yang termasuk ke dalam kategori *probability sampling* dan didapatkan sampel sebanyak 64 orang mahasiswa. Hasil penelitian pertama menunjukkan bahwa variabel komunikator memiliki hubungan dengan sikap kritis dengan taraf yang rendah tapi pasti. Hasil penelitian kedua, yaitu variabel pesan adalah variabel yang dominan hubungannya dengan sikap kritis yang menunjukkan taraf cukup berarti. Hasil penelitian ketiga, yaitu variabel media menunjukkan tingkat keeratan yang rendah dengan sikap kritis. Hasil keseluruhan dari penelitian ini menunjukkan adanya korelasi hubungan antara tayangan Miss Lambe Hoaks Kemkominfo dengan sikap kritis *hoax* generasi milenial dengan memiliki tingkat hubungan yang cukup berarti.

**Kata Kunci:** Tayangan, Miss Lambe Hoaks, Sikap Kritis, *Hoax*.

## A. Pendahuluan

Pada saat ini tidak bisa dipungkiri lagi bahwa perkembangan teknologi komunikasi semakin meningkat dan di era globalisasi seperti saat ini hal tersebut membawa pengaruh yang sangat besar terhadap kehidupan masyarakat di dunia. Semua hal yang dipermudah oleh adanya perkembangan teknologi komunikasi pada saat ini, seperti dengan mudah mendapatkan informasi, mudah berkomunikasi dengan orang lain.

Kementerian Komunikasi dan Informatika memanfaatkan perkembangan teknologi tersebut untuk memberikan literasi media digital kepada khalayak melalui sebuah tayangan, yakni Miss Lambe Hoaks yang dipublikasikan melalui media sosial dan salah satunya *YouTube*. Literasi digital muncul sebagai tuntutan sekaligus panduan untuk menempatkan diri di dalam peradaban media baru (Kurnia dan Astuti, 2017:152). Dalam penelitian ini di fokuskan pada tayangan yang dipublikasikan melalui media sosial *YouTube*. Hal tersebut dilakukan, karena penyebaran *hoax* yang semakin meningkat di lingkungan masyarakat. Di karenakan selain dengan penegakan hukum terhadap pembuat dan penyebar berita palsu (*hoax*), kita juga perlu mengatasinya dengan edukasi dan literasi media di masyarakat. Namun budaya literasi juga perlu ditanamkan dan didorong oleh sikap kritis dalam berfikir, mana yang baik dan mana yang buruk agar masyarakat tidak malah menyebarkan *hoax*.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, perumusan masalah dalam penelitian ini adalah “Apakah terdapat hubungan antara tayangan *YouTube* Miss Lambe Hoaks Kemkominfo dengan sikap kritis *hoax* generasi milenial?”. Selanjutnya tujuan dalam penelitian ini dapat diuraikan

sebagai berikut:

1. Apakah terdapat hubungan antara komunikator tayangan *YouTube* Miss Lambe Hoaks Kemkominfo dengan sikap kritis *hoax* generasi milenial?
2. Apakah terdapat hubungan antara pesan tayangan *YouTube* Miss Lambe Hoaks Kemkominfo dengan sikap kritis *hoax* generasi milenial?
3. Apakah terdapat hubungan antara media tayangan *YouTube* Miss Lambe Hoaks Kemkominfo dengan sikap kritis *hoax* generasi milenial?

## B. Landasan Teori

Menurut Nurudin (2007:2) komunikasi massa adalah studi ilmiah tentang media massa beserta pesan yang dihasilkan. Pembaca/pendengar/penonton yang akan coba diraihinya, dan efeknya terhadap mereka. Jay Black dan Frederick C. Whitney (1988) (dalam Nurudin, 2007:12) pun menjelaskan sebagai berikut, “*Mass communication is a process whereby mass-produced message are transmitted to large, anonymous, and heterogeneous masses of receivers*” dengan artian komunikasi massa adalah sebuah proses di mana pesan-pesan yang diproduksi secara massal/tidak sedikit itu disebarkan kepada massa penerima pesan yang luas, anonim, dan heterogen.

Dalam melaksanakan sebuah komunikasi tentunya ada strategi yang harus digunakan agar apa yang akan dikomunikasikan dapat mencapai tujuan yang diinginkan. Menurut Middleton (dalam Cangara, 2013:61) pakar perencanaan komunikasi menyatakan strategi komunikasi adalah komunikasi terbaik dari semua elemen komunikasi dari komunikator, pesan, saluran (media) penerima sampai pada pengaruh (efek) yang dirancang untuk

**Tabel 1.** Hubungan antara tayangan Miss Lambe Hoaks Kemkominfo (X) dengan sikap kritis hoax generasi milenial (Y)

Variabel	r	t <sub>hitung</sub>	t <sub>tabel</sub> (0,05;62)	Kesimpulan	Tingkat Keeratan
X dan Y	0,427	3,719	1,998	H <sub>0</sub> ditolak	Hubungan yang cukup berarti

mencapai tujuan komunikasi yang optimal.

Teori *uses and effect* menekankan pada kebutuhan hanya menjadi salah satu dari faktor-faktor yang menyebabkan terjadinya penggunaan media. Harapan dan persepsi terhadap media, dan tingkat kepada media akan membawa individu kepada keputusan untuk menggunakan atau tidak menggunakan isi media massa (Sendjaja, dalam Ginting & pratiwi, 2017:111). Maka teori *uses and effect* merupakan sebuah teori yang menjelaskan mengenai hubungan antara komunikasi massa yang disampaikan melalui media massa yang menimbulkan sebuah efek bagi pengguna dari media massa tersebut.

Seperti halnya Kementerian Komunikasi dan Informatika yang mengkomunikasikan bagaimana dampak dari penyebaran berita *hoax* dengan membuat sebuah konten tayangan yang dipublikasikan melalui media sosial dan salah satunya *YouTube* sebagai literasi media digital dalam mengatasi penyebaran berita *hoax*. Menurut *National Leadership Conference on Media Education* (dalam Iriantara, 2009:17) literasi media merupakan kemampuan untuk mengakses, mengalisis, mengevaluasi, dan mengkomunikasikan pesan dalam pelbagai hal. Namun budaya literasi juga perlu ditanamkan dan didorong oleh sikap kritis dalam berfikir, mana yang baik dan mana yang buruk agar masyarakat tidak malah menyebarkan *hoax*.

Sikap kritis diartikan sebagai sikap di mana seseorang tidak menerima secara mentah-mentah informasi yang ia dapat atau dengan kata lain tidak mudah dipengaruhi informasi umum yang belum diketahui kebenarannya (Tim Mitra Guru, dalam Dzikron, 2018:31). Dalam sikap terdapat komponen-komponen, yakni komponen kognitif, afektif, dan konatif yang di mana komponen tersebut pun dapat dilihat sebagai efek dari komunikasi massa.

Didasarkan pada *Generation Theory* yang dicetuskan oleh Karl Mannheim pada tahun 1923, generasi milenial adalah generasi yang lahir pada rasio tahun 1980 sampai dengan 2000. Generasi milenial juga disebut sebagai generasi Y (Budiyati, dkk, 2018:14). Sehingga dapat disimpulkan bahwa generasi milenial memiliki usia sekitar 15-34 tahun. Lebih lanjut Budiyati, dkk (2018:18) menjelaskan generasi milenial mempunyai karakteristik komunikasi yang terbuka, pengguna media sosial yang fanatik, kehidupannya sangat terpengaruh dengan perkembangan teknologi, serta lebih terbuka dengan pandangan politik dan ekonomi.

### C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

#### Hubungan Antara Tayangan *YouTube* Miss Lambe Hoaks Kemkominfo (X) dengan Sikap Kritis *hoax* Generasi Milenial (Y)

Berikut adalah penelitian mengenai hubungan antara tayangan Miss Lambe Hoaks Kemkominfo dengan sikap kritis *hoax* generasi milenial, yang diuji menggunakan teknik analisis korelasi *pearson product moment*. Hasil pengujian dijelaskan pada tabel 1.

Pada tabel 1 di atas dapat dilihat bahwa koefisien korelasi *pearson pearson product moment* ( $r$ ) adalah sebesar 0,427. Hasil uji signifikansi diperoleh nilai  $t$  hitung sebesar 3,719 dan nilai  $t$  tabel dengan  $df = 62$  dan  $\alpha = 5\%$  adalah sebesar 1,998. Maka dapat dilihat bahwa  $t_{hitung} (3,719) > t_{tabel} (1,998)$  sehingga  $H_0$  ditolak.

Melihat pemaparan mengenai tabel di atas dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan antara tayangan *YouTube* Miss Lambe Hoaks Kemkominfo dengan sikap kritis generasi milenial. Mengacu pada kriteria Guildford, koefisien korelasi sebesar 0,427 berada di antara  $> 0,40-0,70$ . Sehingga hal ini menunjukkan bahwa Hubungan Tayangan Miss Lambe Hoaks Kemkominfo dengan Sikap Kritis *Hoax* Generasi Milenial memiliki hubungan yang cukup berarti.

Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa dengan adanya tayangan Miss Lambe Hoaks yang menjadi langkah atau strategi Kemkominfo sebagai literasi media digital dalam mengatasi *hoax* dapat menimbulkan efek dengan membangun sikap kritis orang yang menontonnya terhadap berita *hoax*.

Ketika seorang komunikator memiliki keahlian, kepercayaan, dan daya tarik dalam menyampaikan informasi untuk mencapai suatu tujuan, maka tujuan tersebut pun akan tercapai. Dalam konteks ini Miss Lambe Hoaks sebagai komunikator dalam tayangan Miss Lambe Hoaks Kemkominfo mampu mendasari sikap

kritis penonton, dikarenakan mereka percaya dengan apa yang disampaikan Miss Lambe Hoaks dalam tayangan.

Isi pesan dalam tayangan Miss Lambe Hoaks Kemkominfo mengenai *codes* serta *content* yang merupakan pesan dalam komunikasi massa yang memuat informasi mengenai pemahaman kita terhadap berita *hoax* menghasilkan sikap kritis terhadap *hoax*. Mengacu bahwa literasi media merujuk kemampuan khalayak yang melek terhadap media dan pesan media massa dalam konteks komunikasi massa (Tambaruka, 2013:7). Dalam konteks ini, penonton menganggap pesan yang disampaikan dalam tayangan Miss Lambe Hoaks Kemkominfo dirasa penting untuk ditonton sehingga kemampuan untuk melek terhadap pesan yang disampaikan muncul dan sangat mendasari sikap kritis. Melihat asumsi dari teori *uses and effect* bahwa penggunaan media hanya menjadi perantara saja untuk menguatkan atau melemahkan efek dari isi media. Di mana variabel yang dominan dalam penelitian ini, yaitu variabel pesan yang merupakan isi dari media yang digunakan dan sesuai dengan hasil penelitian bahwa penggunaan media *YouTube* sudah efektif. Namun, frekuensi dan durasi penggunaan media tidak terlalu mendasari sikap kritis seseorang.

#### D. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan dalam penelitian ini, peneliti menyimpulkan beberapa hasil penelitian sebagai berikut:

1. Terdapat hubungan antara komunikator tayangan *YouTube* Miss Lambe Hoaks Kemkominfo dengan sikap kritis *hoax* generasi milenial. Melalui analisis inferensial dapat diketahui antara

- komunikator (X1) dengan sikap kritis (Y) memiliki hubungan yang rendah tapi pasti. Jadi kredibilitas dan daya tarik dari Miss Lambe Hoaks dalam tayangan mampu menumbuhkan sikap kritis responden terhadap berita *hoax*.
2. Terdapat hubungan antara pesan tayangan *YouTube* Miss Lambe Hoaks Kemkominfo dengan sikap kritis *hoax* generasi milenial. Melalui analisis inferensial dapat diketahui antara pesan (X2) dengan sikap kritis (Y) memiliki hubungan yang cukup berarti. Jadi, *codes* dan *content* yang ada dalam tayangan Miss Lambe Hoaks mampu menumbuhkan sikap kritis responden terhadap berita *hoax*.
  3. Tidak terdapat hubungan antara media tayangan *YouTube* Miss Lambe Hoaks Kemkominfo dengan sikap kritis *hoax* generasi milenial. Melalui analisis inferensial dapat diketahui antara media (X3) dengan sikap kritis (Y) memiliki hubungan yang rendah tapi pasti. Jadi penggunaan media, frekuensi, dan durasi tidak terlalu mendasari sikap kritis responden terhadap berita *hoax*.

## E. Saran

### Saran Teoritis

1. Dari hasil penelitian yang sudah peneliti lakukan, diharapkan dapat menambah pengetahuan secara akademis dengan konsep-konsep dan teori-teori yang terkait dengan ilmu komunikasi.
2. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran bagi peneliti selanjutnya yang akan

melakukan penelitian sejenis dengan penelitian ini tetapi lebih mengembangkan lagi dari apa yang telah peneliti lakukan.

### Saran Praktis

1. Untuk lebih meningkatkan literasi media akan berita *hoax* yang beredar, pihak Kementerian Komunikasi dan Informatika lebih meningkatkan kreatifitasnya lagi agar apa yang disampaikan bisa mudah diterima oleh khalayak.
2. Untuk para pengguna media sosial khususnya generasi milenial yang tidak bisa terlepas dari media sosial agar lebih cermat lagi saat mendapatkan berbagai macam informasi sebelum menyebarkannya kepada orang lain, sehingga tidak terjadi penyebaran berita *hoax*.

### Daftar Pustaka

- Budiati, Indah. dkk. 2018. *Profil Generasi Milenial Indonesia*. Jakarta: Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan anak.
- Cangara, Hafied. 2013. *Perencanaan Strategi Komunikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Iriantara, Yosol. 2009. *Literasi Media: Apa, Mengapa, Bagaimana*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Nurudin. 2007. *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Tambaruka, Apriadi. 2013. *Literasi Media: Cerdas Bermedia Khalayak Media Massa*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Sumber Lain
- Dzikron, Anzalia Silma. 2018.

“Pengaruh Terpaan Pemberitaan Revisi UU ITE Terhadap Sikap Kritis Pengguna Media Sosial di Kota Tangerang Selatan”. Skripsi. Jakarta: Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah.

Ginting, Rahmanita & Pratiwi, Sri. 2017. “Analisis Literasi Media Televisi dalam Keluarga (Studi Deskriptif Pendampingan Anak Saat Menonton Televisi di Sd Islam Al Ulum Terpadu Medan)”. *Jurnal Channel* Vol. 5, No 2. (hal. 111).

Kurnia, Novi & Astuti, Santi Indra. 2017. “Peta Gerakan Literasi Digital di Indonesia (Studi Tentang Pelaku, Ragam Kegiatan, Kelompok Sasaran, dan Mitra)”. *Jurnal Informasi* Vol.47, No.2. (hal. 152).