

Infodemi COVID-19 dengan Peran *Social Media Fatigue*, *Deficient Self-Regulation* dan Promosi Diri

Nada Sandvika Triyono¹, Kunto Adi Wibowo²

¹Universitas Padjadjaran
e-mail: nada20004@mail.unpad.ac.id

²Universitas Padjadjaran
e-mail: kunto.a.wibowo@unpad.ac.id

Diterima : 2021-12-01

Direvisi :2022-01-04

Diterima: 2022-03-2

Abstract - *Social media envelopes a tremendous impact on the spread of the COVID-19 virus information. Nevertheless, this also increases the probability of misinformation-spreading other than accurate informations. The phenomena of COVID-19 misinformation-spreading was deemed concerning, as it is reported to cause multiple negative impacts on the pandemic itself. The World Health Organization (WHO) called the situation as the COVID-19 Infodemic. Using the affordance theory as well as the cognitive load theory, this study aims to analyze the effects of social media fatigue (SMF), deficient self-regulation (DS-R), and self-promotion on the spread of the COVID-19 misinformation on social media. The population of this research includes Indonesian social media users in the age range of 18 to 24 years old, with a number of sample N=155 (retrieved from G*power software). We use the Likert scale for our questionnaire, and the convenience sampling method for our study, spreading the questionnaire through online platforms such as LINE, WhatsApp, and Instagram. The data will then be analyzed using the SPSS software.*

Keywords: *misinformation, social media, COVID-19*

PENDAHULUAN

COVID-19 menjadi salah satu permasalahan global terburuk yang mengakibatkan penurunan populasi dunia secara signifikan hingga lebih dari empat juta jiwa di seluruh dunia berdasarkan data yang dikemas oleh Worldometer. Namun, dinyatakan oleh *World Health Organization* (WHO), masyarakat dunia tidak hanya terpapar bahaya pandemi, melainkan peristiwa infodemi, yakni penyebaran misinformasi terkait COVID-19 (Laato, Islam, Islam, & Whelan, 2020). Tercatat bahwa media sosial memainkan peran yang cukup substansial dalam penyebaran misinformasi tersebut karena merupakan sarana paling umum yang digunakan dalam penyebaran informasi COVID-19, baik informasi yang akurat maupun palsu (Gupta, et al., 2020). Penyebaran misinformasi ini sangat mempengaruhi perilaku manusia: mengakibatkan reaksi yang berlebihan dari masyarakat, bahkan lebih buruk lagi, masyarakat yang kurang bereaksi dalam situasi pandemi ini (Cinelli, et al., 2020; Pennycook, McPhetres, Zhang, Lu, & Rand, 2020).

Dinyatakan oleh Laato, Islam, Islam, dan Wheelan (2020), tiga isu inti dalam penelitian terkait berita palsu sebagai berikut: tindakan preventif penyebaran berita palsu, akibat-akibat misinformasi, dan

hubungan antara berita palsu dengan kesehatan populasi. Dilanjutkan oleh Islam, Laato, Talukder, dan Sutinen (2020) yang menyebutkan bahwa diperlukan penelitian terkait perilaku manusia untuk mendukung tiga isu utama tersebut. Keberadaan media sosial yang menjadi sumber rumor, berita palsu, dan/atau hoaks (Nguyen & Nguyen, 2020), dibutuhkan pengetahuan terkait peran media sosial dalam penyebaran misinformasi (Islam, Laato, Talukder, & Sutinen, 2020). Peristiwa *social media fatigue* (SMF), bersama dengan DS-R dan promosi diri menjadi salah satu pembahasan yang dapat membuka wawasan terkait perilaku manusia dalam penyebaran misinformasi (Islam, Laato, Talukder, & Sutinen, 2020). Berangkat dari kepentingan tersebut, penelitian ini bertujuan untuk melihat hubungan antara SMF, DS-R, dan promosi diri dengan penyebaran misinformasi COVID-19 di media sosial, juga faktor-faktor motivasi melalui kerangka teori *affordances* (Norman, 1988).

Peneliti menyusun rumusan masalah berupa “Apakah *social media fatigue*, *deficient self-regulation*, dan promosi diri memiliki pengaruh terhadap penyebaran misinformasi COVID-19 di media sosial oleh masyarakat Indonesia?”.

Teori Affordances

Berangkat dari konsep Gibson (1966), teori *affordance* didefinisikan sebagai potensi aksi yang dapat dilakukan seorang aktor dalam situasi tertentu. Norman (1988) membatasi konsep tersebut dengan aksi yang terikat dengan objektif, nilai, pikiran, dan kemampuan individu aktor. Penggunaan teori ini sebab dapat memberi perspektif baru dalam bagaimana kebutuhan pengguna mempengaruhi penggunaan media sosial, juga bagaimana media sosial membentuk interaksi-interaksi pengguna media sosial tersebut (Chen, Wei, Davidson, & Rice, 2019).

Merujuk kepada Islam, Laato, Talukder, dan Sutinen (2020), peneliti menggunakan kerangka teori *affordance* yang dikembangkan Norman dengan membagi konsep tersebut dalam tiga bagian: (1) keterjangkauan teknikal, (2) keterjangkauan individu, dan (3) keterjangkauan kontekstual. Disebut juga bahwa keterjangkauan teknikal meliputi kesempatan-kesempatan yang didapatkan dari keberadaan teknologi media sosial, yakni beragam fitur di media sosial yang memperbolehkan pengguna media sosial untuk mengakses berbagai informasi dari berbagai sumber. Kemudian dari pada itu, terdapat keterjangkauan individu yang lebih menitikberatkan pada sifat seorang individu, seperti keinginan untuk meningkatkan citra diri (*self-promotion* atau promosi diri) dan/atau pengaturan diri yang kurang baik (*deficient self-regulation*). Terakhir, keterjangkauan kontekstual merupakan keadaan pandemi COVID-19 yang melahirkan berbagai norma-norma dan kebiasaan baru.

Teori Cognitive Load

Asumsi yang dibawakan teori cognitive load (CLT) adalah bahwa kapasitas kerja otak manusia memiliki batasan dan bisa kewalahan jika dipaparkan jumlah informasi yang terlalu banyak (Sweller, 2011). Teori ini sangat relevan dalam situasi pandemi COVID-19 yang mana individu pengguna media sosial terpaparkan informasi yang sangat banyak terkait virus tersebut (Laato, Islam, Islam, & Whelan, 2020). Dengan demikian, teori ini dapat menjelaskan hubungan faktor-faktor intrinsik kognitif (SMF dan DS-R) dan hubungannya dengan penyebaran informasi yang tidak dipertanggungjawabkan (*unverified information sharing*).

Peran SMF dalam Penyebaran Misinformasi

Penelitian-penelitian terdahulu menemukan efek SMF berupa penurunan prestasi akademik (Dhir, Kaur, Chen, & Pallesen, 2019), penurunan kesehatan mental berupa peningkatan depresi dan kecemasan (Dhir, Yossatorn, Kaur, & Chen, 2018), juga peningkatan rasa takut terhadap pandemi COVID-19 (Liu, Liu, Yoganathan, & Osburg, 2021). Hasil penelitian-penelitian tersebut berhasil mengaitkan peristiwa SMF dengan kemerosotan sifat dan sikap individu. Hal ini membangun kepenasaran antara

hubungan SMF dengan sikap individu dalam penyebaran misinformasi COVID-19 di media sosial. Meskipun demikian, berdasarkan penelitian yang dilaksanakan oleh Talwar, Dhir, Kaur, Zafar, dan Alrasheedy (2019), ditemukan bahwa SMF memiliki pengaruh yang positif terhadap penyebaran berita palsu, yakni dengan simpulan bahwa pengguna media sosial dengan SMF tidak melepaskan media sosial, melainkan mengganti perilaku penggunaan media sosial. Namun, argumen tersebut ditanggapi oleh Islam, Laato, Talukder, dan Sutinen (2020), yang menyatakan bahwa pengguna dengan SMF terlalu lelah sehingga tidak meluangkan waktu untuk mengecek akurasi sumber informasi yang didapatkan dari media sosial. Disebut bahwa perubahan perilaku yang disebutkan dalam penelitian Talwar, jika dikaitkan dengan teori CLT, hanya berupa penurunan kognitif, bukan hal yang bersifat positif. Oleh karena itu, peneliti menyimpulkan hipotesis pertama.

H1: *Social media fatigue* meningkatkan penyebaran berita yang belum diverifikasi.

Regulasi Diri dan Penyebaran Misinformasi

Regulasi diri yang kurang baik (DS-R) merupakan keadaan individu yang kesulitan untuk mengontrol diri sendiri, diikuti dengan kebiasaan impulsif, tidak bertanggungjawab, keadaan psikologis yang buruk, adiksi internet yang tidak berdasar atas perilaku berencana dan kognisi (Islam, Laato, Talukder, & Sutinen, 2020; Laato, S. Islam, A.K.M.N., Islam M.N., Whelan, E., 2020; LaRose, R., Lin, C. A., & Eastin, M.S., 2003; Lee & Perry, 2004). Individu-individu dengan DS-R cenderung merespons suatu situasi secara spontan, tanpa begitu memikirkan konsekuensi yang didapatkan dari respon yang dilakukan (Newman & Wallace, 1993). Dengan situasi pandemi COVID-19 yang meminimalisasi aktivitas-aktivitas di luar rumah (Barbieri et al., 2020), kekurangan rutinitas memperburuk regulasi diri manusia terhadap penggunaan media sosial (Islam, Laato, Talukder, & Sutinen, 2020). Dinyatakan dalam Islam, Laato, Talukder, dan Sutinen (2020), jumlah informasi yang didapatkan sebab terlalu lama menggunakan media sosial dapat meningkatkan cognitive load sehingga terlalu banyak untuk diproses dengan baik. Selanjutnya, perilaku masyarakat dengan DS-R, dengan sikap yang buruk, kemungkinan besar memiliki probabilitas untuk menyebarkan informasi-informasi yang kurang akurat. Berkaitan dengan teori *affordance*, DS-R memperlihatkan keterjangkauan individu, yakni dengan sikap regulasi-diri yang kurang baik, individu memiliki kesempatan untuk mengunggah informasi-informasi yang tidak dapat dipertanggungjawabkan (*unverified information sharing*). Dengan demikian, peneliti menawarkan hipotesis dari penjelasan tersebut.

H2: DS-R meningkatkan penyebaran berita yang belum tentu akurat.

3.3 Promosi Diri dan Penyebaran Misinformasi

Pengguna media sosial dengan narsisme memiliki kecenderungan promosi diri, dengan mengunggah foto diri sendiri, mengunggah profil dalam jumlah yang lebih banyak dibandingkan dengan pengguna biasa (Moon, Lee, Lee, Choi, & Sung, 2016). Orang yang mencari status dibuktikan lebih cenderung untuk memiliki keinginan untuk menyebarkan informasi (Thompson, Wang, & Daya, 2019). Namun, disebutkan oleh Islam, Laato, Talukder, dan Sutinen (2020), disebutkan juga bahwa individu-individu yang senang mempromosikan diri akan menggunakan media sosial untuk membangun dan menjaga citra diri. Dikatakan juga bahwa, berbeda dengan penyebar informasi biasa, pengguna media sosial yang sangat mementingkan reputasi diri cenderung lebih berhati-hati dengan isi informasi yang disebar oleh diri pengguna. Mengaitkan fenomena tersebut dengan teori *affordance*, media sosial memberikan keterjangkauan teknikal kepada pengguna media sosial untuk membangun citra diri. Pengguna-pengguna media sosial seperti itu pun akan lebih memikirkan konten seperti apa yang diunggah di media sosial sehingga kemungkinan untuk mengunggah informasi palsu terkait COVID-19 semakin rendah (Islam, Laato, Talukder, Sutinen, 2020; Suler, 2004). Oleh karena itu, didapatkan hipotesis ketiga yang disimpulkan oleh peneliti.

H3: Promosi diri (*self-promotion*) mengurangi penyebaran berita yang belum tentu akurat.

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini memilih populasi berupa masyarakat Indonesia pengguna media sosial di atas 18 tahun pada tahun 2021, yang mana situasi new normal pada pandemi COVID-19 masih berlangsung, seperti pembatasan mobilitas masyarakat, penggunaan masker, dan kewajiban vaksin. Melalui aplikasi analisis G*power, dihitung jumlah sampel yang dibutuhkan dari populasi tersebut untuk mencapai sampel yang cukup akurat. Untuk menghitung ukuran sampel dari populasi tersebut, digunakan analisis G*power versi 3.9.7.1, *a priori power analyses*. Aplikasi G*power digunakan karena merupakan analisis yang mudah diterapkan untuk berbagai uji statistika, merupakan program yang mudah dan fleksibel untuk digunakan, dan dapat diunduh secara gratis (Faul, Erdfelder, Lang, & Buchner, 2007). Menggunakan f-test *linear multiple regression*, dengan effect size $f^2 = 0.08$, α err prob = 0.05, power = 0.80, dengan jumlah variabel 4, dibutuhkan sampel sebanyak 155 orang.

Penelitian terkait peran SMF, DS-R, dan promosi diri dalam penyebaran misinformasi COVID-19 di media sosial diuji menggunakan platform survei online bernama Google Form. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebar tautan kuesioner pada media sosial Instagram, LINE, dan WhatsApp, khusus untuk

masyarakat Indonesia pengguna media sosial yang berusia pada rentang usia dewasa muda, yakni 18-24 tahun. Kegiatan penyebaran kuesioner ini berupa metode teknik probabilitas *convenience sampling*, yakni dengan memberikan kuesioner kepada berbagai responden melalui media-media sosial yang telah disebutkan di atas, baik melalui *private chat* maupun *group chat* yang kemudian dapat diisi oleh orang dan/atau anggota group chat yang bersedia. Hal ini dilakukan secara terus-menerus sampai peneliti berhasil mencapai ukuran sampel yang dituju. Metode sampling ini digunakan sebab merupakan metode yang paling umum digunakan, tidak membutuhkan biaya yang mahal, juga tidak memerlukan data populasi secara lengkap (Acharya, Prakash, Saxena, & Nigam, 2013). Merujuk pada Islam, Laato, Talukder, dan Sutinen (2020), sebelum menampakkan kuesioner masing-masing variabel kepada responden, peneliti menjelaskan hal demikian untuk mengklarifikasikan konteks: “Melalui pertanyaan-pertanyaan berikut, peneliti menanyakan aktivitas penyebaran informasi di media sosial yang Anda lakukan selama pandemi COVID-19”, “Melalui pertanyaan-pertanyaan berikut, peneliti menanyakan terkait penggunaan media sosial selama pandemi COVID-19”. Kuesioner juga dilengkapi dengan pertanyaan identifikasi hoaks yang berisi informasi-informasi COVID-19 dari media-media sosial Twitter, TikTok, dan Facebook.

Dalam penelitian ini, dirujuk skala dengan validitas yang telah terbukti dari literatur-literatur terdahulu. Kuesioner ini pun terdiri dari 4 variabel, yakni SMF, DS-R, promosi diri, dan penyebaran misinformasi COVID-19 di media sosial. Dalam SMF, terdapat pertanyaan dalam kuesioner guna mengidentifikasi perasaan individu pengguna media sosial terhadap penggunaan media sosial seperti pertanyaan yang mengarah pada rasa kecemasan, kelelahan, keletihan mental, juga kesulitan untuk berkonsentrasi (Whelan, Islam, & Brooks, 2020a). Kemudian dari pada itu, terdapat pertanyaan untuk variabel DS-R, yakni kesulitan pengguna media sosial dalam mengontrol penggunaan media sosial, keharusan untuk menggunakan media sosial untuk kesenangan, dan kebiasaan menutupi kebenaran durasi yang diluangkan untuk menggunakan media sosial dari teman dan keluarga (Whelan, Islam, & Brooks, 2020b). Adapun untuk variabel promosi diri, yakni perasaan individu pengguna media sosial dalam menyebarkan informasi di media sosial, seperti keinginan untuk disukai orang lain, mengekspresikan diri sendiri, merasa penting, dan membangun citra diri (Islam, Mantymaki, & Benbasat, 2019). Terakhir, yakni untuk variabel penyebaran misinformasi, digunakan pertanyaan berupa kecenderungan menyebarkan informasi COVID-19 tanpa pengecekan terlebih dahulu atau kegiatan menyebarkan informasi meskipun belum yakin akan kebenaran informasi tersebut (Laato, Islam, Islam, & Whelan, 2020).

Alat Pengukuran

Dengan 3 variabel independen (SMF, DS-R, dan promosi diri) dan 1 variabel dependen (penyebaran misinformasi COVID-19 di media sosial), peneliti menggunakan skala Likert 5-poin, yang mana 5 merepresentasikan Sangat Setuju (SS), 4 sebagai Setuju (S), 3 sebagai Netral (N), 2 sebagai Tidak Setuju (TS), dan 1 merepresentasikan Sangat Tidak Setuju (STS). Penggunaan skala Likert ini sebab data dapat dikumpulkan relatif lebih cepat dari jumlah responden yang tinggi juga dapat menghasilkan data yang mudah dibandingkan dan/atau dikontraskan (Nemoto & Beglar, 2014).

Rencana Analisis Statistika

Peneliti menggunakan aplikasi SPSS untuk menganalisis dan memproses data penelitian. Penelitian ini memiliki SMF, DS-R, dan promosi diri sebagai variabel independen dan penyebaran misinformasi COVID-19 di media sosial sebagai variabel dependen. Menggunakan statistik inferensial nonparametrik, penelitian ini bertujuan untuk memperlihatkan hubungan SMF, DS-R, dan promosi diri dengan penyebaran misinformasi COVID-19 di media sosial. Selanjutnya, peneliti akan menggunakan analisis *Pearson correlation one-tail*, dengan skala Likert yang dipakai untuk kuesioner, menghasilkan data dalam bentuk ordinal. Bentuk one-tail digunakan sebab hubungan-hubungan (antara variabel independen dan variabel dependen) yang ingin dibuktikan dalam penelitian ini bersifat terarah. Kemudian dari pada itu, untuk memastikan bahwa instrumen penelitian yang telah dipakai berkualitas, peneliti akan menguji coba instrumen dengan uji validitas dan realibilitas. Validitas didefinisikan sebagai seberapa suatu bukti dapat mendukung kesimpulan penelitian, yakni yang didapatkan dari nilai hasil uji (*test scores*) (Wainer & Braun, 2013). Sementara itu, reliabilitas merujuk pada kenyataan bagaimana instrumen penelitian yang dipakai bisa menghasilkan hasil yang sama setiap kali digunakan (George & Mallery, 2018). Cronbach's Alpha digunakan sebagai skala indikasi reliabilitas dan konsistensi internal penelitian (Peters, 2014). Uji regresi berganda linear digunakan dalam penelitian ini sebab memiliki tiga variabel X (SMF, DS-R, dan promosi diri), dengan satu variabel Y (penyebaran informasi COVID-19 yang belum terverifikasi). Untuk melakukan pengujian instrumen sesuai yang dipaparkan di atas, digunakan aplikasi IBM SPSS versi 23.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Disebutkan oleh Crano, Brewer, dan Lac (2015), validitas didefinisikan sebagai suatu pengukuran yang mengukur korespondensi antara variasi nilai pada hasil kuesioner dengan variasi antar-responden pada instrumen yang diuji. Dijelaskan juga bahwa uji validitas dapat memperlihatkan bagaimana faktor jawaban (*response factor*) yang didapatkan dapat

merefleksikan konsep yang ingin dianalisis oleh peneliti. Uji ini dilaksanakan dengan teknik *sample product-moment correlation coefficient in the bivariate normal distribution* (Odeh, 1982) yang mana dilakukan perbandingan antara RHitung dengan RTabel. Ghazali (2013) melanjutkan bahwa jika RHitung terbukti melebihi RTabel ($R_{Hitung} > R_{Tabel}$) dan bernilai positif, maka dapat disimpulkan bahwa instrumen yang diuji bersifat valid.

Tabel 1. Hasil Uji Validitas Variabel SMF

ITEM	RHitung	RTabel	Keterangan
SMF1	.824	.361	Valid
SMF2	.768	.361	Valid
SMF3	.730	.361	Valid
SMF4	.733	.361	Valid
SMF5	.709	.361	Valid

Sumber: Triyono, N. S. (2021)

Berdasarkan tabel 1.1, Rhitung > 0.7 bagi seluruh instrumen variabel SMF. Sementara itu, dinyatakan nilai RTabel = .361 (Odeh, 1982). Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa Rhitung > RTabel sehingga instrumen pada variabel SMF terbukti valid.

Tabel 2. Hasil Uji Validitas Variabel DS-R

ITEM	RHitung	RTabel	Keterangan
DSR1	.849	.361	Valid
DSR2	.754	.361	Valid
DSR3	.798	.361	Valid
DSR4	.729	.361	Valid
DSR5	.795	.361	Valid

Sumber: Triyono, N. S. (2021)

Seperti tabel sebelumnya, dapat terlihat dalam Tabel 1.2 bahwa Rhitung > 0.7 bagi seluruh instrumen variabel DS-R. Dengan RTabel = 0.361, dapat disimpulkan bahwa Rhitung > RTabel dan instrumen pada variabel DS-R terbukti valid.

Tabel 3. Hasil Uji Validitas Variabel *Self-Promotion*

ITEM	RHitung	RTabel	Keterangan
SP1	.878	.361	Valid
SP2	.823	.361	Valid
SP3	.866	.361	Valid
SP4	.862	.361	Valid

Sumber: Triyono, N. S. (2021)

Tabel 1.3 menunjukkan Rhitung > 0.8 bagi seluruh instrumen variabel promosi diri yakni melebihi RTabel = 0.361. Hal ini membuktikan bahwa instrumen yang digunakan dalam variabel promosi diri bersifat valid.

Tabel 4. Hasil Uji Validitas Variabel *Unverified COVID-19 Information Sharing*

ITEM	RHitung	RTabel	Keterangan
UIS1	.819	.361	Valid
UIS2	.801	.361	Valid
UIS3	.818	.361	Valid
UIS4	.808	.361	Valid
UIS5	.631	.361	Valid
UIS6	.487	.361	Valid

Sumber: Triyono, N. S. (2021)

Hasil uji validitas yang ditunjukkan pada Tabel 1.4 menunjukkan Rhitung > 0.4 bagi seluruh instrumen variabel penyebaran informasi COVID-19 yang belum terverifikasi. Dengan demikian, terbukti bahwa instrumen yang digunakan dalam variabel Y bersifat valid dengan Rhitung > RTabel.

Uji Reliabilitas

Reliabilitas didefinisikan sebagai pengukuran konsistensi sebuah instrumen dalam mengukur sebuah konstruk (Crano, Brewer, & Lac, 2015). Dijelaskan oleh Tavakol dan Dennick (2011), Cronbach's Alpha dapat mengukur reliabilitas, yang mana terdapat rentang angka alpha antara 0.7 sampai 0.95 sebagai nilai minimal alpha agar terbukti valid. Oleh karena itu, peneliti memilih untuk menetapkan nilai minimal alpha 0.7 untuk membuktikan reliabilitas instrumen penelitian. Tabel 2.1 memperlihatkan hasil uji reliabilitas yang mana seluruh variabel memiliki nilai $\alpha > 0.7$ (N=30). Oleh karena itu, terbukti bahwa seluruh instrumen yang digunakan bersifat reliabel.

Tabel 4. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	N of Items	Hasil
SMF	.807	5	Reliabel
DS-R	.842	5	Reliabel
Self-Promotion	.879	4	Reliabel
UIS	.823	6	Reliabel

Hasil Uji Normalitas

Uji normalitas penelitian dilakukan dengan menggunakan perhitungan Monte Carlo (N=155) menggunakan statistika Kolmogorov-Smirnov. Dinyatakan bahwa standar angka sebuah data agar terbukti normal yaitu > 0.05. Dibuktikan dalam Tabel 3.1 bahwa Monte Carlo Sig. > 0.05, yakni 0.148.

Tabel 5. Hasil Uji Normalitas

N	Mean	Standard Deviation	Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Confidence Interval	
				Lower Bound	Upper Bound
155	.000	5.27	.148	.139	.157

4. Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Tabel 6. *Model Summary*

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.386	.149	.132	5.32

Tabel 7. ANOVA

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Residual	4269.571	15	284.638		
Total	5015.558	18			

Tabel 8. Koefisien

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error			
1	(Constant)	3.05	2.33		1.31	.192
	SMF	.036	.129	.025	.282	.778
	DS-R	.361	.112	.305	3.22	.002
	SP	.192	.142	.115	1.35	.174

Berdasarkan Tabel 6, terlihat bahwa model belum begitu fit pada data. Meskipun demikian, pada Tabel 7, terbukti bahwa seluruh variabel secara bersamaan memiliki hasil yang signifikan. Oleh karena itu, terbukti bahwa variabel SMF, DS-R, dan promosi diri memiliki hubungan dengan penyebaran informasi COVID-19 yang belum terverifikasi pada media sosial. Selain itu, seluruh koefisien β positif, yang berarti bahwa sebuah peningkatan dalam nilai variabel SMF, DS-R, ataupun promosi diri, akan meningkatkan kemungkinan perilaku penyebaran informasi COVID-19 yang belum terverifikasi pada media sosial. Diketahui persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = b_0 + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3 \quad (1)$$

$$Y = 3.03 + 0.036x_1 + 0.361x_2 + 0.192x_3 \quad (2)$$

Keterangan:

Y = perilaku penyebaran informasi COVID-19 yang belum terverifikasi pada media sosial

b0 = B konstan

b1 = B variabel SMF

x1 = variabel SMF

b2 = B variabel DS-R

x2 = variabel DS-R

b3 = B variabel promosi diri

x3 = variabel promosi diri

Hasil Analisis

Berdasarkan hasil uji regresi linier berganda yang ditampilkan pada Tabel 8, social media fatigue (beta = 0.036, t = 0.282) memiliki hubungan yang tidak signifikan dengan penyebaran informasi COVID-19 yang belum terverifikasi pada media sosial, yang berarti bahwa H1 tidak diterima. Namun, terlihat bahwa variabel DS-R (beta = 0.036, t = 3.22), yang mana membuktikan bahwa DS-R memiliki hubungan yang signifikan dengan penyebaran informasi COVID-19 yang belum terverifikasi. Hal ini berarti H2 diterima. Kemudian, promosi diri (beta = 0.192, t = 0.115) memiliki hubungan yang tidak signifikan sehingga H3 tidak dapat diterima.

KESIMPULAN

Kesimpulan yang didapatkan dari penelitian sebagai berikut. Peneliti menemukan hubungan yang positif antara SMF, DS-R, dan promosi diri dengan perilaku penyebaran informasi COVID-19 yang belum terverifikasi pada media sosial secara bersamaan. Meskipun demikian, dari ketiga konstruk, DS-R memiliki hubungan yang paling signifikan. Oleh karena itu, penelitian ini menekankan lagi penemuan oleh Islam, Laato, Talukder, dan Sutinen (2020). DS-R disebut berhubungan dengan kewalahan kognitif (*cognitive overload*) pada penelitian terdahulu (Whelan, Islam, & Brooks, 2020a). Peneliti berkontribusi pada literatur penyebaran misinformasi dengan menggunakan teori *cognitive load* seperti yang telah diusulkan literatur terdahulu, juga baik dalam memberikan penjelasan pada hubungan kausalitas (Islam, Laato, Talukder, & Sutinen, 2020). Peneliti juga menyimpulkan hasil penelitian melalui lebih dari satu teori. Dengan demikian, menggunakan teori *cognitive load* dengan *affordance*, peneliti memperlihatkan hubungan yang luas (Islam, Laato, Talukder, & Sutinen, 2020).

Penelitian ini tidak terlepas dari kekurangan yang dapat dikembangkan dan diperbaiki lagi untuk penelitian selanjutnya. Pertama, penelitian ini

dilaksanakan hanya pada masyarakat warga negara Indonesia pengguna media sosial. Meskipun peneliti sudah memastikan validitas dan reliabilitas instrumen penelitian, pengaruh kultural atau situasional tidak diperhitungkan dalam penelitian ini. Kemudian, faktor-faktor lain yang disebabkan oleh COVID-19 seperti kepanikan atau kecemasan ataupun gangguan mental atau emosional lainnya juga tidak diperhitungkan. Selain itu, sebab populasi penelitian berupa dewasa muda, terdapat kemungkinan bahwa hasil penelitian mengandung bias. Oleh karena itu, peneliti berharap agar peneliti selanjutnya dapat memperhitungkan faktor-faktor tersebut.

REFERENSI

- Acharya, A. S., Prakash, A., Saxena, P., & Nigam, A. (2013). Sampling: Why and how of it. *Indian Journal of Medical Specialties*, 4(2), 330-333.
- Chen, X., Wei, S., Davidson, R. M., & Rice, R. F. (2019). How do enterprise social media affordances affect social network ties and job performance? *Inf. Technol. People*, 33(1), 361-388.
- Crano, W. D., Brewer, M. B., & Lac, A. (2015). *Principles and Methods of Social Research*. New York, NY: Routledge.
- Dhir, A., Kaur, P., Chen, S., & Pallesen, S. (2019). Antecedents and consequences of social media fatigue. *International Journal of Information Management*, 48, 193-202.
- Dhir, A., Yossatorn, Y., Kaur, P., & Chen, S. (2018). Online social media fatigue and psychological wellbeing—A study of compulsive use, fear of missing out, fatigue, anxiety and depression. *International Journal of Information Management*, 40, 141-152.
- Faul, F., Erdfelder, E., Lang, A. G., & Buchner, A. (2007). G* Power 3: A flexible statistical power analysis program for the social, behavioral, and biomedical sciences. *Behavior research methods*, 39(2), 175-191.
- George, D., & Mallery, P. (2018). Reliability analysis. In *IBM SPSS Statistics 25 Step by Step* (pp. 249-260). Routledge.
- Ghozali, I. (2013). *Metodologi Penelitian*. Bandung: Pustaka Setia.
- Gibson, J. J. (1966). *The Senses Considered As Perceptual Systems*. England: Houghton Mifflin, Oxford.
- Gupta, L., Gasparyan, A. Y., Misra, D. P., Agarwal, V., Zimba, O., & Yessirkepov, M. (2020). Information and misinformation on COVID-19: a cross-sectional survey study. *Journal of Korean medical science*, 1-11.
- Islam, A. K., Mantymaki, M., & Benbasat, I. (2019). Duality of self-promotion on social networking sites. *Inf. Technol. People*, 32(2), 269-296.

- Islam, A. N., Laato, S., Talukder, S., & Sutinen, E. (2020). Misinformation sharing and social media fatigue during COVID-19: An affordance and cognitive load of perspective. *Technological Forecasting and Social Change, 159*, 1-14.
- Laato, S., Islam, A., Islam, M., & Whelan, E. (2020). What drives unverified information sharing and cyberchondria during the COVID-19 pandemic? *Eur. J. Inf. Syst.*, 1-18.
- Liu, H., Liu, W., Yoganathan, V., & Osburg, V. S. (2021). COVID-19 information overload and generation Z's social media discontinuance intention during the pandemic lockdown. *Technological Forecasting and Social Change, 166*, 1-12.
- Moon, J. H., Lee, E., Lee, J. A., Choi, T. R., & Sung, Y. (2016). The role of narcissism in self-promotion on Instagram. *Personality and Individual Differences, 101*, 22-25.
- Nemoto, T., & Beglar, D. (2014). Likert-scale questionnaires. In *JALT 2013 conference proceedings*, (pp. 1-8).
- Newman, J. P., & Wallace, J. F. (1993). Diverse pathways to deficient self-regulation: Implications for disinhibitory psychopathology in children. *Clinical Psychology Review, 13*(8), 699-720.
- Nguyen, H., & Nguyen, A. (2020). Covid-19 misinformation and the social (media) amplification of risk: A Vietnamese perspective. *Media and Communication, 8*(2), 444-447.
- Norman, D. A. (1988). *The Psychology of Everyday Things*. New York: Basic Books.
- Norman, D. A. (1988). *The Psychology of Everyday Things*. New York, NY: Basic Books.
- Odeh, R. E. (1982). Critical values of the sample product-moment correlation coefficient in the bivariate normal distribution. *Communications in Statistics Simulation and Computation, 11*(1), 1-26.
- Peters, G. J. (2014). *The alpha and the omega of scale reliability and validity: why and how to abandon Cronbach's alpha and the route towards more comprehensive assessment of scale quality*.
- Sweller, J. (2011). Cognitive load theory. *Psychology of Learning and Motivation, 55*, 37-76.
- Talwar, S., Dhir, A., Kaur, P., Zafar, N., & Alrasheedy, M. (2019). Why do people share fake news? Associations between the dark side of social media use and fake news sharing behavior. *J. Retail. Consum. Serv., 51*, 72-82.
- Thompson, N., Wang, X., & Daya, P. (2019). Determinants of news sharing behavior on social media. *J. Comput. Inf. Syst., 21*(5), 512-528.
- Travakol, M., & Dennick, R. (2011). Making sense of Cronbach's alpha. *Int J Med Educ., 53*-55.
- Wainer, H., & Braun, H. I. (2013). *Test Validity*. Routledge.
- Whelan, E., Islam, A. N., & Brooks, S. (2020b). Is boredom proneness related to social media overload and fatigue? A stress-strain-outcome approach. *Internet Res, 30*(3), 869-887.
- Whelan, E., Islam, A., & Brooks, S. (2020a). Applying the SOBC paradigm to explain how social media overload affects academic performance. *Comput. Educ., 143*, 103692.

PROFIL PENULIS

Nada Sandvika Triyono merupakan mahasiswa Universitas Padjadjaran angkatan 2020.

Kunto Adi Wibowo merupakan dosen fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Padjadjaran.