

## **BAB III**

### **Pengaruh Terpaan Berita Hoax dan Persepsi Masyarakat Tentang Kualitas Pemberitaan Televisi Berita terhadap Intensitas Menonton Televisi Berita**

Bab ini menyajikan hasil uji hipotesis pengaruh terpaan berita hoax dan persepsi masyarakat tentang kualitas pemberitaan televisi berita terhadap intensitas menonton televisi berita. Uji hipotesis dilakukan untuk mengetahui adanya pengaruh atau tidak antara variabel terpaan berita hoax, persepsi masyarakat tentang kualitas pemberitaan televisi berita, dan intensitas menonton televisi berita, serta untuk mengetahui juga seberapa tinggi pengaruh tersebut. Hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini adalah: terdapat pengaruh terpaan berita hoax ( $X_1$ ) dan persepsi masyarakat tentang kualitas pemberitaan televisi berita ( $X_2$ ) terhadap intensitas menonton televisi berita ( $Y$ ).

#### **3.1 Uji Hipotesis Pengaruh Terpaan Berita Hoax dan Persepsi Masyarakat Tentang Kualitas Pemberitaan Televisi Berita Terhadap Intensitas Menonton Televisi Berita**

Sub bab ini menyajikan uji hipotesis yang dilakukan menggunakan regresi linier berganda.

### 3.1.1 Uji Kecocokan Model (Uji F)

**Tabel. 3.1**  
**Hasil Uji Kecocokan Model**

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	34.731	2	17.366	.751	.478 <sup>b</sup>
	Residual	1087.067	47	23.129		
	Total	1121.798	49			

a. Dependent Variable: Intensitas Menonton TV Berita

b. Predictors: (Constant), Persepsi Kualitas Pemberitaan TV Berita, Terpaan Berita Hoax

Hasil uji kecocokan model yang ditunjukkan dalam tabel anova bahwa sig. = 0,478 lebih besar dari taraf signifikansi ( $\alpha$ ) = 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa variabel terpaan berita hoax ( $X_1$ ) dan persepsi kualitas pemberitaan televisi berita ( $X_2$ ) tidak mempengaruhi intensitas menonton televisi berita secara signifikan.

### 3.1.2 Koefisien Regresi (Uji Signifikasi t)

**Tabel 3.2**

**Koefisien Regresi**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	8.235	2.088		3.945	.000
	Terpaan Berita Hoax	-.050	.080	-.091	-.631	.531
	Persepsi Kualitas Pemberitaan TV Berita	-.188	.179	-.150	-1.048	.300

a. Dependent Variable: Intensitas Menonton TV Berita

Sebuah pengujian hipotesis dikatakan signifikan apabila hasil uji signifikansi dalam tabel  $<0,05$ . Berdasarkan tabel uji di atas, diketahui bahwa nilai signifikansi variabel terpaan berita hoax ( $X_1$ ) 0.531 dan nilai signifikansi variabel persepsi kualitas pemberitaan TV berita ( $X_2$ ) 0.300. Variabel terpaan berita hoax dan persepsi kualitas pemberitaan TV berita tidak berpengaruh terhadap intensitas menonton televisi berita.

### **3.2 Pembahasan**

Hasil uji hipotesis menunjukkan tidak terdapatnya pengaruh antara terpaan berita hoax dan persepsi terhadap kualitas pemberitaan televisi berita terhadap intensitas menonton televisi berita. Hal ini tentunya bisa disebabkan oleh berbagai faktor, dalam pembahasan ini akan dijelaskan dari beberapa sudut pandang sebagai berikut.

Dalam penelitian ini, mayoritas responden berada pada usia yang dikategorikan sebagai kaum millennial (Lihat BAB 2 diagram 2.2). Usia kaum millennial adalah mereka yang menurut Twenge dalam (Bobby 2017: 22) lahir setelah tahun 1980 dan sebelum tahun 1999. Artinya, generasi ini sedang memasuki rentang usia 20-38 tahun pada masa penelitian ini dilangsungkan.

Sangat besarnya jumlah responden yang masuk dalam kategori kaum millennial memberikan implikasi yang besar pada penelitian ini. Karena data menunjukkan bahwa rentang usia ini adalah generasi yang telah akrab dengan

media baru dan mulai meninggalkan media konvensional seperti Televisi, Koran, dan Radio sebagai sumber pemenuhan kebutuhan informasi (Bobby 2017:83).

Faktor latar belakang pekerjaan responden juga dianggap menyumbang andil dalam hasil penelitian ini. Latar belakang pekerjaan responden kebanyakan berkerja sebagai pegawai pemerintahan maupun swasta yang berkantor lebih dari delapan jam sehari dan antara lima sampai enam hari seminggu (Lihat BAB 2 diagram 2.4). Hal ini membuat terbatasnya pilihan media pemenuhan kebutuhan responden. Pekerja swasta dan PNS lebih mungkin untuk mengakses media daring melalui telepon pintar ketika sedang berkerja dibandingkan menonton televisi. Hal ini sesuai dengan riset yang menunjukkan bahwa 70,3 persen PNS dan 60,6 persen karyawan swasta adalah kategori pengguna internet terbesar di Indonesia (Kominfo, 2017: 27).

Faktor pemenuhan kebutuhan akan hiburan yang lebih menjadi prioritas responden juga dianggap menjadi andil yang mempengaruhi hasil penelitian ini. Hadirnya layanan hiburan berbasis permintaan seperti Netflix, Hooq, Viu, dan Iflix di Indonesia sedikit banyak mempengaruhi intensitas masyarakat dalam mengakses informasi di televisi. Prioritas untuk memenuhi kebutuhan akan informasi dapat dikesampingkan dengan prioritas untuk memenuhi kebutuhan akan hiburan terlebih dengan hadirnya layanan *on demand* (Ofcom, 2017: 38).

Terakhir, faktor prioritas untuk aktif dalam media sosial dan mendapatkan kedekatan virtual dengan komunitasnya juga dianggap berperan dalam mempengaruhi hasil penelitian ini. Hasil penelitian ini mengungkap bahwa

sumber hoax mayoritas didapatkan dari media sosial Facebook dan aplikasi pesan Whatsapp. Hasil ini didukung oleh data yang menunjukkan bahwa 73.30 persen orang akan membuka situs jejaring sosial ketika mengakses internet, dan 53,7 persen di antaranya menggunakannya untuk saling berkiriman pesan (Kominform, 2017:28). Tujuan untuk bisa mendapatkan kesenangan ketika mengakses media sosial membuat sebagian orang merasa tidak perlu untuk memenuhi kebutuhannya akan informasi dari media lain.