
PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL X TERHADAP PERILAKU LITERASI DIGITAL MAHASISWA DALAM MEMPEROLEH INFORMASI PEMILU 2024

Nindy Oktavia Nabila ¹, Mia Dwianna Widyaningtyas ², Yoki Yusanto ³
^{1,2,3} Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Sultan Ageng Tirtayasa
Email: nindy.okt@gmail.com

Kata kunci :

Literasi Digital,
Media Sosial, Teori
Ketergantungan
Media

Abstrak

Literasi digital merupakan kemampuan untuk memahami dan menerapkan informasi dalam berbagai format dari berbagai sumber yang diakses melalui media digital. Peneliti melihat realitas sosial saat ini media sosial menjadi sumber informasi Pemilu 2024 dan menempati *trending topic* selama beberapa hari pada media sosial X. Penelitian ini menggunakan teori ketergantungan media dimana semakin besar ketergantungan seseorang terhadap media, semakin besar pula dampak media tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh penggunaan media sosial X terhadap perilaku literasi digital mahasiswa dalam memperoleh informasi Pemilu 2024. Pendekatan dalam penelitian ini adalah kuantitatif. Metode yang digunakan adalah metode survei dengan menggunakan teknik insidental, dimana peneliti menyebar kuesioner secara kebetulan kepada 100 responden yang merupakan pengikut autobase @collegemenfess. Hasil penelitian ini adalah terdapat pengaruh antara variabel x (penggunaan media sosial X) terhadap variabel y (perilaku literasi digital mahasiswa dalam memperoleh informasi Pemilu 2024).

Keywords :

Digital Literacy,
Social Media, Media
Dependency Theory

Abstract

Digital literacy is the ability to understand and apply information in various formats from various sources accessed through digital media. Researchers see that the current social reality is that social media is a source of information for the 2024 Election and occupies a trending topic for several days on X social media. This research uses media dependence theory where the greater a person's dependence on the media, the greater the impact of the media. This study aims to determine how much influence the use of social media X has on students' digital literacy behavior in obtaining information on the 2024 Election. The approach in this research is quantitative. The method used is a survey method using incidental techniques, where researchers distribute questionnaires by chance to 100 respondents who are followers of @collegemenfess autobase. The result of this study is that there is an influence between variable x (the use of social media X) on variable y (students' digital literacy behavior in obtaining information on the 2024 elections).

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Teori ketergantungan media mengasumsikan bahwa pengaruh media ditentukan oleh hubungan sistem sosial yang lebih luas, peran media dalam hubungan tersebut, dan hubungan khalayak dengan media. Terdapat tiga pihak yang terlibat dalam ketergantungan seseorang terhadap media, yaitu media, audiens, dan sistem sosial yang melingkupinya (Morissan, 2021). Menurut DeFleur dan Rokeach sebagaimana dibahas Morissan (2021), tingkat ketergantungan pada media sangat penting untuk memahami kapan dan mengapa pesan-pesan media massa dapat mengubah keyakinan, perasaan, dan perilaku suatu individu. Teori ketergantungan media banyak digunakan di sejumlah penelitian untuk mengkaji hubungan ketergantungan individu dengan media.

Media sosial adalah istilah yang merujuk pada teknologi digital yang memungkinkan semua orang untuk berhubungan satu sama lain, berinteraksi, produksi dan bertukar pesan (B.K. Lewis, 2010). Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kemenkominfo) berkolaborasi dengan Katadata Insight Center (KIC) mengenai Status Literasi Digital di Indonesia 2022

menyatakan bahwa pada 2022 media sosial memiliki persentase paling tinggi sebesar 72,6% responden dari berbagai kalangan yang menggunakan media sosial sebagai sumber informasi. Sebagaimana dikemukakan oleh Rosengren dalam Rakhmat (2017) bahwa penggunaan media didasarkan pada jumlah waktu dalam penggunaan media, isi media, dan hubungan antara pengguna media dengan isi media maupun dengan media tersebut.

Media Sosial X memiliki keunggulan dibandingkan media sosial lainnya, yaitu memiliki fitur *trending* yang dapat membantu masyarakat dalam memperoleh informasi terbaru dan ramai diperbincangkan secara *real-time* yang bersifat publik. Berita atau informasi mengenai Pemilu Indonesia 2024 ramai diperbincangkan di Media Sosial X sepanjang November 2023 – Februari 2024, sehingga menduduki *trending topic* selama beberapa hari dibandingkan isu lainnya.

Riset yang dilakukan Bawaslu (Badan Pengawas Pemilu), Indeks Kerawanan Pemilu dan Pemilihan Serentak (IKP) 2024, pada dimensi kontestasi terdeteksi kerawanan sebesar 40,75%. Pada dimensi ini terdapat sub dimensi kampanye calon yang memiliki indikator diantara lain,

yaitu adanya materi kampanye yang berisikan SARA, hoaks, ujaran kebencian di media sosial, serta adanya konflik antarpemilih peserta pemilu/paslon. Situasi ini membuat masyarakat harus selektif dalam memilih media sosial sebagai media informasi mengenai Pemilu 2024. Oleh karena itu, masyarakat harus lebih meningkatkan literasi untuk memperoleh dan meriset informasi mengenai masing-masing paslon capres dan cawapres.

Dengan berkembangnya makna literasi pada teknologi digital, masyarakat kini lebih menerapkan literasi pada platform digital atau disebut juga Literasi Digital. Menurut Sarah Payton & Hague (2010), terdapat delapan komponen literasi digital, yaitu *function skill and beyond, creativity, collaboration, communication, the ability to find and select information, critical thinking and evaluation, cultural and social understanding*, dan *e-safety*. Literasi digital adalah tentang berkolaborasi, kesadaran, berpikir kreatif, dan kritis tentang segala hal peluang dan tantangan pada teknologi digital yang ada.

Penulis memilih meneliti literasi digital mengenai informasi seputar Pemilu 2024 pada mahasiswa dikarenakan relevansi peran mahasiswa

sebagai agen perubahan yang tidak hanya berdiam diri terhadap perubahan sosial yang terjadi, tetapi menjadi pelopor perubahan untuk masyarakat (Hasan et al., 2021). Oleh karena itu, mahasiswa dalam melakukan transformasi sosial dalam perkembangan teknologi digital harus memiliki kemampuan literasi digital yang mencakup kritis dalam menerima informasi dengan mengevaluasi dan memeriksa keakuratan informasi tersebut, serta memahami isi informasi dalam suatu konten secara mendalam.

Peneliti ingin meneliti mahasiswa yang mengikuti *autobase @collegemenfess*. Akun ini adalah salah satu akun *autobase* komunitas terbesar di X dengan pengikut sebanyak 1,2juta (per Januari 2024). Kriteria pengikut akun *autobase @collegemenfess* sudah pasti seorang mahasiswa dan menggunakan media sosial X sebagai media informasi sehari-hari atau bahkan sudah ketergantungan dengan X.

Kebaruan pada penelitian ini terletak pada objek penelitian, yaitu mahasiswa yang merupakan pengikut *autobase @collegemenfess*. Penelitian sebelumnya, seperti penelitian "Penggunaan Media Sosial Twitter Terhadap Keterampilan Komunikasi Interpersonal di Kalangan

Remaja Kecamatan Tambun Utara Bekasi Jawa Barat” (Rahmadillah, 2022) menggunakan objek penelitian remaja kecamatan Tambun Utara, Bekasi. Lalu, penelitian “Pengaruh Sosial Media Youtube Terhadap Perilaku Literasi Siswa SMA Utama” (Jati et al., 2022), menggunakan objek penelitian siswa dari SMA Utama.

Penelitian ini ingin melihat pengaruh dalam penggunaan media sosial X terhadap perilaku literasi digital dengan mengujikan teori ketergantungan media. Tujuan menguji teori tersebut adalah untuk mengukur variabel penggunaan media sosial X dan perilaku literasi digital mahasiswa dalam memperoleh informasi Pemilu 2024.

TINJAUAN PUSTAKA

Teori Ketergantungan Media

Teori Ketergantungan Media merupakan teori yang dikemukakan oleh Melvin DeFleur dan Sandra Ball-Rokeach yang dicetuskan pertama kali pada tahun 1975. Teori ini mengasumsikan bahwa pengaruh media berasal dari sistem sosial yang lebih luas, peran media dan hubungan antara audiens dan media.

Teori ini menjelaskan bahwa ada hubungan antara sistem media dan

konteks sosial dengan audiens yang menghasilkan kebutuhan dan minat. Oleh karena itu, terdapat hubungan yang tidak terpisahkan antara audiens, media dan sistem sosial yang lebih luas.

Menurut DeFleur dan Rokeach, untuk memahami mengapa dan kapan efek media massa timbul dalam diri seseorang dapat dilihat dari derajat ketergantungan terhadap media yang mereka pilih. Seseorang bergantung pada media untuk memahami lingkungan sosialnya, berperilaku secara emosional dan bermakna dalam lingkungannya, dan menemukan fantasi serta melarikan diri. Seberapa penting informasi yang terdapat pada media, serta tingkat perubahan sosial dan konflik dalam masyarakat merupakan faktor yang dapat mempengaruhi tingkat ketergantungan pada media (Morissan, 2021).

Dapat disimpulkan bahwa teori ketergantungan media memiliki beberapa prinsip dasar, yaitu: (1) Pengaruh suatu media dapat dilihat dari hubungan antara sistem sosial yang luas, peran media, dan hubungan khalayak dengan media; (2) Besarnya pengaruh yang diberikan media terhadap khalayak dapat dilihat dari alasan khalayak memilih dan menggunakan media tersebut; (3) Tujuan khalayak

menggunakan media adalah untuk memahami dunia sosial, memperoleh informasi, bertindak secara efektif dalam lingkungan masyarakat, dan sarana hiburan; (4) Semakin besar tingkat kebutuhan media, semakin besar pula dampak media massa kepada khalayak yang menggunakannya (Mukarom, 2021).

Media Sosial

Media sosial menurut Michael Cross sebagaimana dibahas Muliawati & Munawar (2022) adalah istilah yang merujuk pada seperangkat teknologi yang digunakan untuk melibatkan orang-orang dalam kolaborasi, berbagi informasi, dan interaksi melalui pesan menggunakan internet yang didasarkan pada ide dan teknologi Web 2.0, serta pembuatan dan berbagi konten yang dibuat oleh pengguna. Media sosial dapat menjadi wadah untuk seseorang mengekspresikan perasaannya, karena tiap individu tidak hanya menjadi konsumen, tetapi juga produsen dan penyebar informasi (Muliawati & Munawar, 2022).

Menurut Muliawati & Munawar (2022), media sosial memiliki kelebihan dan kekurangan, kelebihan media sosial diantaranya:

- a) Dapat menjalin komunikasi sesama teman tanpa harus bertatap muka;

- b) Dapat memperluas pengetahuan dan wawasan;
- c) Dapat diakses dengan cepat dan mudah memperoleh informasi.

Sedangkan kekurangannya, yaitu:

- a) Dapat disalahgunakan oleh oknum untuk melakukan tindak kejahatan;
- b) Banyaknya akun palsu yang mengatasnamakan *public figure* yang dapat menimbulkan pencemaran nama baik;
- c) Banyaknya tindakan penipuan;
- d) Banyaknya beredar berita-berita hoaks.

Media Sosial X

Media sosial X merupakan *rebranding* dari Twitter sejak Juli 2023 oleh Elon Musk. Marwick & Boyd (2011) menjelaskan Twitter adalah situs mikroblog yang memungkinkan seseorang untuk mengirimkan teks pendek yang disebut '*tweet*' kepada audiens. *Tweet* tersebut juga dapat dibagikan hanya dengan pengikut akun tersebut saja, dengan cara mengunci akun tersebut agar tidak dapat dilihat oleh orang yang bukan pengikutnya.

Dijelaskan pada website resmi X (help.x.com), X adalah media sosial yang digunakan para pengguna untuk mengirim dan menerima pesan dalam bentuk teks dengan maksimal 280

karakter dan 4 foto/video/GIF dalam sekali cuitan/unggahan. Unggahan atau cuitan tersebut dapat dibagikan kepada seluruh pengguna di X atau biasa disebut tweet. Tweet yang disebar ini nantinya dapat dibalas atau direspon oleh pengguna dapat berupa teks atau komentar, suka, posting ulang (*retweet*) maupun kutipan ulang (*quote retweet*).

Penggunaan Media Sosial

Penggunaan media sosial dapat dilihat oleh dua hal, yaitu melihat atau menggunakan media sosial dan aktif berpartisipasi dalam membuat konten atau postingan di media sosial. Partisipasi ini bisa dilakukan dengan membagikan informasi dan kegiatan sehari-hari dari suatu individu melalui media sosial, mempromosikan bisnisnya, membentuk *personal branding*, dan berkomunikasi.

Menurut Rosengren sebagaimana dibahas Jalaluddin (2017), penggunaan media didasarkan oleh seberapa banyak waktu yang dihabiskan untuk menggunakannya, isi media yang digunakan, dan bagaimana setiap pengguna media berinteraksi dengan media yang mereka gunakan secara keseluruhan.

Lima indikator media sosial menurut Antony Mayfield sebagaimana dibahas Anang Sujoko (2020), yaitu:

1. Partisipasi, media sosial dapat memberikan motivasi kepada orang untuk dapat berkontribusi melalui percakapan dan memberikan umpan balik.
2. Keterbukaan, mendorong orang untuk dapat menyampaikan pendapatnya, berkomentar, dan membagikan informasi yang mereka inginkan.
3. Percakapan, suatu individu dapat berinteraksi dengan individu lainnya, meskipun belum saling kenal, serta dapat membagikan kepada khalayak juga.
4. Komunitas, pada media sosial memungkinkan terbentuknya suatu kelompok dan menjalin komunikasi secara efektif melalui grup *chat*.
5. Saling Terhubung, media sosial dapat menghubungkan jaringan situs web, sumber-sumber dan orang-orang yang sebelumnya tidak terhubung.

Literasi Digital

Dalam buku Literasi Media (Iriantara, 2017), Varis mengatakan bahwa literasi saat ini bukan lagi mengenai kemampuan menulis dan membaca, tetapi telah mencakup 'teks' dalam dimensi visual, audiovisual, dan komputer, dengan keseluruhan 'teks'

yang terdiri dari elemen kognitif, emosional, dan intuitif.

Literasi digital merupakan kemampuan untuk memahami, menganalisis, mengevaluasi, mengatur, dan menilai informasi menggunakan teknologi digital (Muliawati & Munawar, 2022). Terdapat delapan komponen literasi digital dalam *Digital Literacy Across the Curriculum* (2010), yaitu:

1. *Function skill and beyond*, keterampilan dalam menggunakan teknologi yang digunakan.
2. *Creativity*, berpikir kreatif dalam membuat suatu konten dalam berbagai bentuk menggunakan teknologi digital.
3. *Collaboration*, kemampuan suatu individu untuk bekerja dalam kelompok dan partisipasi dalam proses berdiskusi untuk menciptakan ide-ide baru.
4. *Communiaction*, kemampuan individu dalam melakukan komunikasi secara efektif.
5. *The ability to find and select information*, kemampuan seseorang dalam mencari dan memilih informasi.
6. *Critical thinking and evaluation*, kemampuan dalam menganalisis, berpartisipasi, dan berpikir kritis dalam memperoleh informasi.

7. *Cultural and social understanding*, sejalan dengan konteks pemahaman sosial dan budaya.

8. *E-safety*, kemampuan dalam menjaga keamanan media yang digunakan.

Informasi Pemilu

Informasi merupakan salah satu kebutuhan dasar manusia yang jika tidak terpenuhi, maka akan menjadi masalah bagi pengguna. Saat ini orang memiliki banyak informasi dengan tujuan untuk memenuhi semua kebutuhan mereka (Perdana et al., 2012).

Pada era digital, informasi mudah diperoleh dimanapun dan kapanpun melalui *gadget* dengan bermodalkan internet. Seperti informasi Pemilu, saat ini dapat diperoleh melalui *website* resmi lembaga pemerintah, yaitu bawaslu.go.id dan kpu.go.id. Selain itu, informasi mengenai para peserta Pemilu dapat diperoleh melalui media berita *online* dan media sosial.

Berdasarkan pengamatan prapenelitian, informasi Pemilu mengenai biografi, visi dan misi, serta program para kandidat dapat diperoleh melalui media sosial masing-masing calon. Hal ini berguna bagi masyarakat untuk mengenal masing-masing kandidat dan dapat menentukan pilihannya. Selain itu, beberapa media

dan masyarakat juga ikut berpartisipasi memberikan informasi dan opininya melalui media online mengenai isu-isu Pemilu yang sedang terjadi.

METODE PENELITIAN

Pendekatan dan Jenis Penelitian

Pendekatan pada penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Data kuantitatif merupakan data yang berupa angka, atau data yang dinyatakan dalam bentuk numerik untuk menggambarkan kejelasan suatu angka, atau data yang membandingkan beberapa angka untuk mendapatkan gambaran baru, yang kemudian diuraikan kembali dalam suatu teks atau uraian.

Jenis penelitian ini adalah deskriptif, yaitu menjelaskan atau mendeskripsikan data yang diperoleh secara apa adanya, sistematis, dan akurat sesuai dengan fenomena yang terjadi. Oleh karena itu, penelitian ini berupaya untuk mendeskripsikan variabel-variabel dari penelitian ini, yaitu pengaruh penggunaan media sosial X (x) dan perilaku literasi digital mahasiswa (y), serta mendeskripsikan pula hubungan antara kedua variabel tersebut.

Pada penelitian ini, peneliti hendak menunjukkan apakah ada suatu hubungan antara variabel x, yakni

penggunaan media sosial X terkait variabel y, perilaku literasi digital mahasiswa dalam memperoleh informasi Pemilu 2024. Dengan demikian, peneliti dapat memperoleh gambaran secara sistematis serta memaparkan dan menafsirkan data mengenai Pengaruh Penggunaan Media Sosial X terhadap Perilaku Literasi Digital Mahasiswa dalam Memperoleh Informasi Pemilu 2024. Hasil penelitian ini akan berupa angka dalam persen yang dapat menyimpulkan seberapa pengaruh penggunaan media sosial X dalam perubahan perilaku literasi digital mahasiswa.

Metode Penelitian

Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah Metode Survei. Metode survei merupakan sebuah metode penelitian dengan menyebarkan kuesioner sebagai alat pengumpulan data yang disebarkan kepada sampel yang sudah ditentukan melalui populasi (Rachmat Kriyantono, 2020). Kualitas penelitian ditentukan oleh pemilihan teknik pengambilan sampel yang tepat, karena proses pengumpulan dan analisis data yang sistematis dan terperinci melalui penggunaan kuesioner ini dapat menghasilkan informasi yang secara khusus dapat mewakili populasi.

Survei penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan kuisioner kepada 100 pengikut @collegemenfess (sampel) melalui *Direct Message (DM)* dan *Mention Confess (Menfess)*.

Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang ditetapkan oleh peneliti untuk ditarik kesimpulannya dan terdiri atas subjek dan objek dengan karakteristik tertentu. (Sugiyono, 2019). Populasi pada penelitian ini, yaitu 1,2 juta pengikut atau *followers* akun @collegemenfess.

Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi yang digunakan sebagai sumber data dan juga dapat mewakili seluruh populasi. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non-probability sampling*. *Non-probability sampling* merupakan metode pengambilan sampel dimana tidak setiap elemen atau anggota populasi memiliki kesempatan yang sama untuk dipilih menjadi anggota sampel (Sugiyono, 2019).

Penelitian ini menggunakan *sampling* insidental, yaitu teknik pengambilan berdasarkan kebetulan, yaitu peneliti dapat menggunakan orang-orang yang mereka temui secara kebetulan sebagai sampel yang

sekiranya cocok sebagai sumber data (Sugiyono, 2019).

Populasi dari penelitian ini adalah 1,2 juta pengikut @collegemenfess. Dengan menggunakan rumus slovin dengan taraf kesalahan 10%, maka diperoleh sampel sebanyak 100 responden pengikut @collegemenfess.

Uji Validitas

Setiap butir instrumen/pertanyaan dinyatakan valid jika $r_{hitung} \geq r_{tabel}$, sedangkan dinyatakan tidak valid jika $r_{hitung} \leq r_{tabel}$. Berikut tabel uji validitas pada tiap butir instrumen variabel x dan variabel y.

Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas Variabel X

Item Pertanyaan	Pearson Correlation (r hitung)	r Tabel (signifikansi 0,05)	Keterangan
Pertanyaan 1	0,612	0,361	Valid
Pertanyaan 2	0,664	0,361	Valid
Pertanyaan 3	0,818	0,361	Valid
Pertanyaan 4	0,774	0,361	Valid
Pertanyaan 5	0,797	0,361	Valid
Pertanyaan 6	0,850	0,361	Valid

(Sumber: Data primer diolah (2024))

Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas Variabel Y

Item Pertanyaan	Pearson Correlation (r hitung)	r Tabel (signifikansi 0,05)	Keterangan
Pertanyaan 1	0,727	0,361	Valid
Pertanyaan 2	0,727	0,361	Valid
Pertanyaan 3	0,751	0,361	Valid
Pertanyaan 4	0,804	0,361	Valid
Pertanyaan 5	0,795	0,361	Valid
Pertanyaan 6	0,809	0,361	Valid
Pertanyaan 7	0,822	0,361	Valid
Pertanyaan 8	0,617	0,361	Valid
Pertanyaan 9	0,627	0,361	Valid
Pertanyaan 10	0,717	0,361	Valid
Pertanyaan 11	0,673	0,361	Valid
Pertanyaan 12	0,726	0,361	Valid

(Sumber: Data primer diolah (2024))

Tabel 4.1 dan tabel 4.2 digunakan untuk mengetahui validitas butir

pertanyaan dengan membandingkan skor r_{hitung} dengan r_{tabel} . r_{tabel} dengan derajat bebas (df) = 30 - 2 = 28 dan signifikansi 5%, adalah 0,361. Dapat disimpulkan, bahwa 6 butir pertanyaan pada variabel x (penggunaan media sosial X) dan 12 butir pertanyaan pada variabel y (perilaku literasi digital) dinyatakan valid dikarenakan semua butirnya bernilai lebih dari 0,361.

Uji Reliabilitas

Reliabilitas suatu kuesioner mengacu pada konsistensi atau stabilitas tanggapan suatu individu terhadap suatu pernyataan dalam periode waktu tertentu. Pengukuran yang andal mampu memberikan data yang reliabel.

Uji reliabilitas pada penelitian ini menggunakan *Cronbach's Alpha*. Instrumen dapat dinyatakan valid jika nilai *Cronbach's Alpha* > 0,7. Berikut hasil uji reliabilitas variabel x dan variabel y pada penelitian ini.

Tabel 4.3 Hasil Uji Reliabilitas Variabel X

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.787	7

(Sumber: Data primer diolah (2024))

Tabel 4.4 Hasil Uji Reliabilitas Variabel

Y

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.769	13

(Sumber: Data primer diolah (2024))

Tabel 4.3 dan tabel 4.4 menunjukkan nilai *cronbach's alpha* dari variabel x (penggunaan media sosial X), yaitu 0,787, sedangkan nilai pada variabel y (perilaku literasi digital), yaitu 0,769. Butir pernyataan kedua variabel tersebut dinyatakan reliabel menurut kriteria ketentuan *cronbach's alpha*.

PEMBAHASAN

Uji Normalitas

Peneliti menggunakan uji *Kolmogorov-Smirnov* dengan bantuan SPSS versi 21 untuk menyatakan apakah data berasal dari populasi yang berdistribusi normal.

Data dapat dinyatakan terdistribusi normal jika *Asymp sig-2 tailed* > 0,05, sedangkan jika tidak terdistribusi normal jika *Asymp sig-2 tailed* < 0,05. Adapun hasil pengujian data distribusi normal pada sub variabel x (penggunaan media sosial X) terhadap variabel y (perilaku literasi digital) dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

Tabel 4.5 Hasil Uji Normalitas Data

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	5.83580828
Most Extreme Differences	Absolute	.126
	Positive	.067
	Negative	-.126
Kolmogorov-Smirnov Z		1.258
Asymp. Sig. (2-tailed)		.084

a. Test distribution is Normal.
b. Calculated from data.

(Sumber: Data primer diolah (2024))

Tabel di atas menunjukkan pada kolom Asymp.Sig. atau P-value adalah 0,084. Hal tersebut menunjukkan bahwa $0,084 > 0,05$, yang berarti data sampel dari variabel x (penggunaan media sosial X) terhadap variabel y (perilaku literasi digital) terdistribusi normal.

Uji Koefisien Korelasi

Teknik korelasi pada penelitian ini menggunakan korelasi *pearson product moment* untuk melihat mengukur kedekatan hubungan linier antara dua variabel dengan sebaran data normal.

Tabel 4.6 Hasil Uji Koefisien Korelasi

Correlations

		Penggunaan Media Sosial X	Perilaku Literasi Digital Mahasiswa
Penggunaan Media Sosial X	Pearson Correlation	1	.639**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	100	100
Perilaku Literasi Digital Mahasiswa	Pearson Correlation	.639**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	100	100

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

(Sumber: Data primer diolah (2024))

Tabel di atas menunjukkan bahwa nilai korelasi antara variabel x (penggunaan media sosial X) dengan variabel y (perilaku literasi digital)

menunjukkan angka sebesar 0,639. Hal ini menunjukkan bahwa hubungan antara kedua variabel bernilai Kuat, karena berada pada interval 0,60 – 0,799.

Uji Koefisien Determinasi

Pengujian koefisien determinasi pada penelitian ini dilakukan untuk mengetahui seberapa besar variabel x (penggunaan media sosial X) dapat mempengaruhi variabel y (perilaku literasi digital). Berikut uji koefisien determinasi pada penelitian ini.

Tabel 4.7 Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.639 ^a	.408	.402	5.866

a. Predictors: (Constant), Penggunaan Media Sosial X

(Sumber: Data primer diolah (2024))

Tabel di atas menunjukkan koefisien determinasi pada bagian *R Square*, sebesar 0,408 atau 40,8%. Hal ini menunjukkan besarnya pengaruh positif dari Penggunaan Media Sosial X terhadap Perilaku Literasi Digital Mahasiswa dalam Memperoleh Informasi Pemilu sebesar 40,8% sementara sisanya 59,2% merupakan pengaruh dari faktor lain di luar penelitian.

Analisis Regresi Linier Sederhana

Analisis regresi linier sederhana dapat memastikan arah hubungan antara

variabel independen dan dependen. Selain itu, dapat memprediksi nilai dari variabel terikat.

Analisis regresi liner sederhana hanya menggunakan satu variabel independen dan satu variabel dependen. Variabel x dinyatakan dapat memberikan pengaruh terhadap variabel y, jika $t_{hitung} > t_{tabel}$. Sebaliknya, jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka variabel x tidak mempengaruhi variabel y.

Tabel 4 .8 Hasil Uji Regresi Linier Sederhana

Coefficients ^a						
Model	Unstandardized Coefficients			Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta	Beta		
1 (Constant)	11.432	4.491			2.546	.012
Penggunaan Media Sosial X	1.682	.204		.639	8.226	.000

a. Dependent Variable: Perilaku Literasi Digital Mahasiswa

(Sumber: Data primer diolah (2024))

Tabel 4.8 menunjukkan nilai konstanta (A) sebesar 11,432 dan (B) sebesar 1,682. Dari hasil tersebut didapat persamaan regresi $Y = 11,432 + 1,682X$ yang berarti jika X naik nilainya sebesar satu satuan, maka Y akan bertambah nilainya sebesar 1,682. Lalu, terlihat juga pada kolom nilai signifikan sebesar 0,000 yang berarti di bawah 0,05. Maka penelitian ini H_0 ditolak dan H_1 diterima, yang berarti terdapat pengaruh antara penggunaan media sosial X (x) terhadap perilaku literasi digital mahasiswa dalam memperoleh informasi Pemilu 2024 (y).

Uji Hipotesis (Uji-t)

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen mempunyai pengaruh secara parsial atau individual terhadap variabel dependen.

Tabel 4.9 Hasil Uji t

Coefficients ^a						
Model	Unstandardized Coefficients			Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta	Beta		
1 (Constant)	11.432	4.491			2.546	.012
Penggunaan Media Sosial X	1.682	.204		.639	8.226	.000

a. Dependent Variable: Perilaku Literasi Digital Mahasiswa

(Sumber: Data primer diolah (2024))

Taraf signifikansi 5% (0,05) dan derajat keabsahan $dk=n-2$ ($100-2=98$), maka diperoleh t_{tabel} sebesar 1,984. Berdasarkan tabel di atas, nilai t_{hitung} $8,226 > t_{tabel}$ 1,984, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Hal tersebut menunjukkan bahwa terdapat pengaruh penggunaan media sosial X terhadap perilaku literasi digital mahasiswa dalam memperoleh informasi Pemilu 2024.

Penggunaan Media Sosial X

Penggunaan media sosial ini merupakan keterlibatan suatu individu dalam menggunakan dan berpartisipasi pada media sosial. Media sosial yang digunakan pada penelitian ini adalah media sosial X. Penelitian ini bertujuan untuk melihat penggunaan media sosial X suatu individu dalam memperoleh informasi Pemilu 2024 dengan mengukur jumlah waktu yang digunakan, isi media, dan hubungan pengguna dengan isi media atau media

seperti yang dikemukakan oleh Rosengren.

Hasil dari data yang diperoleh mengenai pertanyaan-pertanyaan indikator pada variabel ini, didapatkan bahwa penggunaan media sosial X (x) memiliki nilai persentase 83,7% yang tergolong Sangat Baik. Hal ini dikarenakan pada dimensi jumlah waktu yang digunakan pada indikator frekuensi mahasiswa dalam menggunakan media sosial X untuk memperoleh informasi Pemilu 2024 memiliki persentase paling tinggi, sebanyak 87% (87 orang) dengan jawaban lebih dari 4 kali dalam seminggu.

Menurut *The graphic, visualization and usability center, the Georgia institute of technology* sebagaimana dibahas oleh Supriyadi & Fadli (2020) penggunaan internet dibagi menjadi tiga kategori, yaitu pengguna berat (lebih dari 40 jam perbulan), pengguna sedang (antara 10-40 jam per bulan), pengguna ringan (kurang dari 10 jam perbulan). Pada indikator durasi penggunaan dalam sehari diperoleh 35% (35 orang) dengan jawaban 3-4 jam. Hal ini membuktikan bahwa intensitas penggunaan media sosial X mahasiswa dalam memperoleh informasi Pemilu 2024 termasuk dalam *medium user*.

Dapat disimpulkan bahwa indikator penggunaan media sosial X yang paling berpengaruh pada penelitian ini adalah frekuensi penggunaan media sosial X dalam memperoleh informasi Pemilu 2024.

Menurut Hady Surya & Pratamawaty (2022), penggunaan media sosial Twitter dianggap berfungsi dalam menciptakan partisipasi politik *online* yang semakin baik. Penelitian tersebut dapat mendukung penelitian ini bahwa penggunaan media sosial X menjadi salah satu faktor yang berpengaruh dalam perilaku literasi digital mahasiswa dalam memperoleh informasi Pemilu 2024.

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh telah mendukung teori dependensi media yang memiliki salah satu prinsip dasar, yaitu besarnya pengaruh yang diberikan oleh media terhadap khalayak dapat dilihat dari alasan khalayak memilih menggunakan media tersebut. Mahasiswa memiliki intensitas penggunaan media sosial X yang tinggi dikarenakan media tersebut dapat memenuhi kebutuhan dan minat mereka mengenai informasi Pemilu 2024.

Perilaku Literasi Digital dalam Memperoleh Informasi Pemilu 2024

Menurut Paul Gilster sebagaimana dibahas Muliawati & Munawar (2022), literasi digital adalah kemampuan untuk memahami dan menggunakan informasi dalam berbagai bentuk dan sumber yang cakupannya sangat luas melalui piranti komputer.

Penelitian ini ingin melihat perilaku literasi digital mahasiswa dalam memperoleh informasi Pemilu 2024. Hal tersebut dapat diukur melalui 8 komponen yang dikemukakan Sarah Payton & Hague (2010), yaitu *function skill and beyond, creativity, collaboration, communication, to ability to find and select information, critical thinking and evaluation, cultural and social understanding, dan e-safety*.

Hasil dari data yang diperoleh mengenai pertanyaan-pertanyaan indikator pada variabel ini, didapatkan bahwa perilaku literasi digital (y) memiliki nilai persentase 80,1% yang tergolong Baik. Hal ini disebabkan tingginya persentase pada indikator kemampuan individu dalam mencari dan memilih secara selektif informasi Pemilu 2024 sebesar 54% (54 orang) dengan jawaban sangat setuju. Responden tidak hanya mencari, tetapi memilah informasi yang sumbernya dapat dipercaya dan kredibel agar terhindar dari informasi hoaks.

Dapat disimpulkan bahwa perilaku literasi digital mahasiswa dalam memperoleh informasi Pemilu 2024 yang paling terpengaruh adalah kemampuan selektif dalam mencari dan memilih informasi Pemilu 2024.

Pada indikator kemampuan individu dalam mencari dan memilih secara selektif informasi Pemilu 2024 diperoleh persentase 54% (54 orang) dengan jawaban sangat setuju. Hal ini menunjukkan bahwa responden tidak hanya mencari, tetapi memilah informasi yang sumbernya dapat dipercaya dan kredibel agar terhindar dari informasi hoaks. Sikap selektif ini juga dapat membantu untuk mengurangi penyebaran informasi hoaks di media sosial. Hal tersebut sejalan dengan penelitian Syahfira (2022) yang menyatakan bahwa mahasiswa prodi PAI STAI "UISU" selalu memastikan kebenaran suatu informasi yang disebar dan diperoleh.

Pada penelitian Hidayat & Ginting (2018), kemampuan literasi media mahasiswa di Medan pada media sosial Instagram dikatakan sangat mampu. Penelitian Syahfira (2022) juga menyatakan bahwa mahasiswa prodi STAI "UISU" memiliki keterampilan literasi digital yang sangat tinggi dalam memperoleh informasi pada media

digital. Penelitian tersebut mendukung penelitian ini bahwa mahasiswa memiliki perilaku literasi digital yang termasuk dalam kriteria baik dalam memperoleh informasi Pemilu 2024.

Pengaruh Penggunaan Media Sosial X Terhadap Perilaku Literasi Digital Mahasiswa dalam Memperoleh Informasi Pemilu 2024

Teori ketergantungan media yang dikemukakan oleh Melvin DeFleur dan Sandra Ball-Rokeach (1975) ini menjelaskan bahwa pengaruh suatu media dapat dilihat dari adanya hubungan antara sistem media dan kondisi sosial dengan khalayak yang akan menimbulkan kebutuhan dan minat. Pada penelitian ini, media sosial X dijadikan sebagai media informasi mengenai informasi Pemilu 2024, dimana pada periode Pemilu ini mahasiswa membutuhkan informasi mengenai Pemilu untuk mengetahui *timeline* tahap-tahap Pemilu, melakukan riset mengenai paslon maupun partai, dan beberapa syarat mengikuti Pemilu.

Indikator frekuensi pada variabel x (penggunaan media sosial X) paling berpengaruh terhadap indikator selektif dalam memperoleh informasi Pemilu 2024 pada variabel y (perilaku literasi digital). Hal ini dikarenakan media sosial

X dapat memenuhi kebutuhan informasi mahasiswa mengenai Pemilu 2024 di tengah kondisi sosial yang tidak stabil karena banyaknya konflik, sehingga mahasiswa mempercayai dan mencari informasi pada media sosial X secara intens. Ketidakstabilan tersebut menimbulkan sikap selektif pada diri mahasiswa agar terhindar dari informasi hoaks dan konflik sosial. Menurut teori ketergantungan media, stabilitas sosial menjadi salah satu faktor yang mengakibatkan tingkat ketergantungan media pada seseorang meningkat (Mukarom, 2021).

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh antara variabel "Penggunaan Media Sosial X" terhadap "Perilaku Literasi Digital Mahasiswa dalam Memperoleh Informasi Pemilu 2024" dan mengukur seberapa besar pengaruh antara kedua variabel tersebut. Dari hasil perhitungan data yang diperoleh dari 100 responden melalui SPSS 21, diketahui hasil nilai korelasi sebesar 0,639 yang bernilai Kuat. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Syahfira (2022) bahwa adanya korelasi antara literasi digital dengan media sosial sebesar 0,814 yang termasuk kategori Sangat Kuat.

Dengan nilai korelasi sebesar 0,639, maka dihasilkan nilai koefisien determinasi sebesar 40,8%. Hal ini menunjukkan bahwa 40,8% variabel penggunaan media sosial X dapat mempengaruhi perilaku literasi digital mahasiswa dalam memperoleh informasi Pemilu 2024. Sementara sisanya 59,2% (100% - 40,8%) merupakan pengaruh dari faktor lain di luar penelitian ini, baik faktor internal maupun eksternal. Rini et al., (2022) menjelaskan bahwa rasa ingin tahu dan determinasi diri pada seseorang juga dapat mempengaruhi perilaku literasi digital.

Dari hasil perhitungan regresi linear sederhana menggunakan program SPSS 21, diperoleh persamaan regresi linear sederhana sebagai berikut $Y = 11,432 + 1,682X$. Dimana Y merupakan Perilaku Literasi Digital Mahasiswa dalam Memperoleh Informasi Pemilu 2024 dan X merupakan Penggunaan Media Sosial X. Persamaan tersebut dapat diartikan bahwa apabila frekuensi "Penggunaan Media Sosial X" (variabel x) bertambah satu satuan, maka "Perilaku Literasi Digital Mahasiswa dalam Memperoleh Informasi Pemilu 2024" akan bertambah sebesar 1,435.

Dari perhitungan hipotesis di atas, didapat nilai t_{tabel} pada taraf

signifikansi 5% (0,05) dan derajat keabsahan (dk) = $n - 2$. Nilai n pada penelitian ini adalah 100 responden, maka dk adalah $100 - 2 = 98$, sehingga diperoleh t_{tabel} sebesar 1,984. Maka didapatkan nilai $t_{hitung} 8,226 > t_{tabel} 1,984$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima.

SIMPULAN

Indikator frekuensi penggunaan media sosial X yang paling berpengaruh pada penelitian ini. Selain itu, mahasiswa juga sering menggunakan media sosial X untuk memperoleh informasi Pemilu 2024, karena media sosial X menyajikan informasi dengan jelas, lengkap, dan aktual, serta dapat memenuhi informasi Pemilu 2024 dengan cepat.

Kemampuan selektif dalam mencari dan memilih informasi Pemilu 2024 yang paling berpengaruh pada penelitian ini. Selain itu, mahasiswa tidak hanya membaca saja, tetapi juga memahami, menganalisis, mengevaluasi, selektif, menyebarkan, dan menulis informasi mengenai Pemilu 2024, agar terhindar dari informasi hoaks.

Hasil nilai korelasi variabel "Penggunaan Media Sosial X" terhadap variabel "Perilaku Literasi Digital Mahasiswa" adalah sebesar 0,639, menunjukkan bahwa hubungan antara kedua variabel bernilai Kuat, karena berada pada interval 0,60 - 0,799. Dari

nilai korelasi sebesar 0,639, maka variabel “Penggunaan Media Sosial X” menghasilkan pengaruh sebesar 40,8% terhadap variabel “Perilaku Literasi Digital Mahasiswa”. Hal ini berarti 40,8% variabel “Penggunaan Media Sosial X” adalah kontribusi dari variabel “Perilaku Literasi Digital Mahasiswa”. Sedangkan sisanya sebesar 59,2% (100% - 40,8%) disebabkan oleh faktor lain.

Indikator frekuensi pada variabel x (penggunaan media sosial X) paling berpengaruh terhadap indikator selektif dalam memperoleh informasi Pemilu 2024 pada variabel y (perilaku literasi digital). Hal ini dikarenakan media sosial X dapat memenuhi kebutuhan informasi mahasiswa mengenai Pemilu 2024 di tengah kondisi sosial yang tidak stabil karena banyaknya konflik, sehingga mahasiswa mempercayai dan mencari informasi pada media sosial X secara intens.

DAFTAR PUSTAKA

Gafur, H. (2015). *Mahasiswa & Dinamika Dunia Kampus*. Rasibook.
<https://books.google.co.id/books?id=6jPwDwAAQBAJ>

Hady Surya, M. S., & Pratamawaty, B. B. (2022). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Twitter Terhadap Partisipasi Politik Online Mahasiswa Di Jawa Barat. *Jurnal*

Politik Pemerintahan Dharma Praja, 15(2), 56–68.
<https://doi.org/10.33701/jppdp.v15i2.2978>

Hasan, D., Asmaraningsih, R., & Pratiwi, S. (2021). *Literasi dan Human Capital*. Samudra Biru.

Hidayat, F. P., & Ginting, R. (2018). Literasi Media Terhadap Penggunaan Media Sosial Instagram Pada Mahasiswa di Kota Medan. *Prosiding Konferensi Nasional Ke- 8 Asosiasi Program Pascasarjana Perguruan Tinggi Muhammadiyah (APPPTMA)*, 1–5.
https://journal.uny.ac.id/index.php/informasi/article/view/17235/pdf_1

Iriantara, Y. (2017). *Literasi Media*. Simbiosis Rekatama Media.

Jati, N. P., Abidin, Z., & Oxygentri, M. (2022). Pengaruh Sosial Media Youtube Terhadap Perilaku Literasi Siswa Sma Utama. *Linimasa: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(1), 68–75.
<https://www.zenius.net/blog/pisa-2018-2019->

Marwick, A. E., & Boyd, D. (2011). I tweet honestly, I tweet passionately: Twitter users, context collapse, and the imagined audience. *New Media and Society*, 13(1), 114–133.
<https://doi.org/10.1177/1461444>

- 810365313
Morissan. (2021). *Teori Komunikasi Individu Hingga Massa Ed Revisi*. Prenada Media.
<https://books.google.co.id/books?id=DsM0EAAAQBAJ>
- Mukarom, Z. (2021). *Teori-Teori Komunikasi Berdasarkan Konteks*. PT. Remaja Rosdakarya.
- Muliawati, H., & Munawar, S. (2022). *Literasi Humanis Mendorong Zilenial Melek Digital*. Yayasan Ruang Baca Komunitas.
- Perdana, C. R., Rizal, E., & Khadijah, U. L. (2012). Hubungan Twitter Jatinangorku dengan Pemenuhan Kebutuhan Informasi Seputar Daerah Jatinangor bagi Followers. *EJurnal Mahasiswa Universitas Padjajaran*, 1(1), 1–15.
<http://journals.unpad.ac.id>
- Rachmat Kriyantono. (2020). *Teknik Praktis Riset Komunikasi Kuantitatif dan Kualitatif*. Prenada Media.
- Rahmadillah, A. (2022). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Twitter Terhadap Keterampilan Komunikasi Interpersonal Di Kalangan Remaja Kecamatan Tambun Utara Bekasi Jawa Barat. *Journal Daring Mahasiswa Komunikasi*, 1(2), 1–20.
- Rakhmat, J., & Idi Subandy Ibrahim. (2017). *Metode Penelitian Komunikasi* (2nd ed.). PT. Remaja Rosdakarya.
- Rini, R., Suryadinata, N., & Efendi, U. (2022). Literasi digital mahasiswa dan faktor-faktor yang berpengaruh. *Jurnal Akuntabilitas Manajemen Pendidikan*, 10(2), 171–179.
<https://doi.org/10.21831/jamp.v10i2.48774>
- Sarah Payton, & Hague, C. (2010). Literacy across the curriculum. *English and Literacies*, 349–374.
<https://doi.org/10.1017/9781009154048.016>
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (2nd ed.). Alfabeta.
- Sujoko, A., Haboddin, M., & La Ode Machdani Afala. (2020). *Media dan Dinamika Demokrasi*. Kencana.
- Syahfira, I. (2022). Hubungan Literasi Digital Dengan Penggunaan Media Sosial Mahasiswa Program Studi Pendidikan Agama Islam Sekolah Tinggi Agama Islam "UISU" 15(1), 92–102.
http://repository.uinsu.ac.id/id/eprint/16523%0Ahttp://repository.uinsu.ac.id/16523/7/DAFTAR_PUSTAKA.pdf