

Analisis motivasi pengguna kanal komunikasi dalam membagikan hoaks = Motivation analysis of communication channel users in sharing hoaxes

Muhammad Tafriet, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20483081&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk melakukan analisis terhadap motivasi pengguna kanal komunikasi dalam membagikan hoaks. Berdasarkan hasil studi literatur dari penelitian sebelumnya didapatkan 29 motivasi yang memengaruhi pengguna kanal komunikasi dalam membagikan hoaks yang diperoleh dari teori uses & gratifications yang terdiri dari empat variabel (socializing, information seeking, status seeking, dan entertainment) dan variabel perceived characteristics of information. Pendekatan penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pengumpulan data menggunakan kuesioner. Metode analisis data menggunakan metode entropi untuk menghitung bobot motivasi yang diteliti. Data penelitian didapatkan dari penyebaran kuesioner kepada 212 pengguna kanal komunikasi yang pernah membagikan hoaks. Penelitian ini menunjukkan bahwa lima motivasi yang paling memengaruhi pengguna kanal komunikasi untuk membagikan hoaks adalah karena informasi yang dibagikan terlihat akurat, informasinya terlihat penting, informasinya tampak berguna, informasinya merupakan informasi yang terkini, dan informasi yang dibagikan dapat memberikan pemahaman tentang suatu kejadian atau situasi tertentu.

<hr>

ABSTRACT

This study aims to analyze the motivation of channel channel users to share hoaxes. Based on the results of the literature study from the previous research, there were 29 motivations which influenced communication channel users in sharing the results obtained from the uses & gratifications theory which consisted of four variables (socializing, information seeking, status seeking, and entertainment) and perceived characteristics of information variables. This research approach uses quantitative methods by collecting data using a questionnaire. The method of data analysis uses the entropy method to calculate the motivation weights in this study. The research data was obtained from distributing questionnaires to 212 communication channel users who had distributed hoaxes. This study shows that the five motivations that most influence communication channel users to share hoax are because the information shared looks accurate, the information looks important, the information seems useful, the information is the latest information, and the information shared can provide an understanding of a particular event or situation.