

Faktor Niat Berbagi Berita Coronavirus Diseases 2019 (Covid-19) di Media Sosial (Analisis Structural Equation Model) = Factors of Intention to Share Coronavirus Diseases 2019 News (Covid-19) in Social Media (Structural Equation Model Analysis)

Nadia Humaira, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20515685&lokasi=lokal>

Abstrak

Fenomena Coronavirus Diseases 2019 (COVID-19) menyebabkan tingginya infodemi yang meningkatkan ketidakpastian di masyarakat. Media sosial menjadi saluran komunikasi terkait COVID-19 karena menjadi sumber utama masyarakat untuk menyebarkan semua hal tentang COVID-19 saat kekhawatiran dan pemberitaan semakin intensif (Nielsen, Maret 2020). Penelitian Apuke & Omar (2020) mengenai faktor-faktor berbagi berita palsu COVID-19 pada pengguna media sosial. Tujuan penelitian ini adalah mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi niat berbagi berita COVID-19 di media sosial. Metode pengumpulan data menggunakan survei online dengan total responden sampel terkumpul 159 responden. Analisis data menggunakan analisis structural equation modeling (SEM). Hasil penelitian yaitu faktor pencarian informasi, bersosialisasi, hiburan, menghabiskan waktu, dan pengalaman berbagi berita melalui media sosial sebelumnya signifikan mempengaruhi niat pengguna untuk berbagi berita terkait COVID-19 di media sosial. Pencarian status menjadi faktor tidak signifikan. Pencarian informasi signifikan mempengaruhi pengalaman berbagi berita melalui media sosial sebelumnya terkait COVID-19. Pencarian status dan menghabiskan waktu menjadi faktor tidak signifikan mempengaruhi pengalaman berbagi berita melalui media sosial sebelumnya terkait COVID-19. Penyedia berita berbasis online khususnya melalui media sosial dapat meningkatkan aspek interaktivitas dengan pembaca dan penyebar berita mereka dengan mencantumkan fitur frekuensi berita tersebut disebar. Pembaca dapat menjaga interkoneksi dengan berbagi berita valid yang bersumber dari referensi yang dapat dipertanggungjawabkan.

.....

The phenomenon of the Coronavirus Diseases 2019 (COVID-19) pandemic that attacks the world has caused a high infodemic which has increased uncertainty in society. Social media is a communication communication related to COVID-19 because it is the main source of society for all things about COVID-19 at this time and the news is getting more intensive (Nielsen, March 2020). Apuke & Omar's (2020) research on the predictors of sharing fake COVID-19 news with social media users. The purpose of this study is to find the factors of the intention to share COVID-19 news on social media. The method of filling in data using an online survey with a total sample of respondents collected as many as 159 respondents. Data analysis used structural equation modeling (SEM) analysis. The results showed that the factors of information seeking, socializing, entertainment, pass time, and prior social media sharing experience significantly affect the user's intention to share news related to COVID-19 on social media. Status-seeking is not a significant factor. In addition, information seeking significantly affects prior social media sharing experience related to COVID-19, while status-seeking and pass time are not a significant factor affecting prior social media news sharing experience related to COVID-19. Online-based news providers can increase the aspect of interactivity with their readers and news spreaders with a feature feature how many times the

news is spread. Readers can also maintain interconnectivity by sharing true and valid news that comes from reliable references.