

PENGARUH SEBARAN DISINFORMASI MENGENAI COVID-19 PADA GRUP WHATSAPP KELUARGA TERHADAP SIKAP PANIC BUYING

DAMAR AGUNG KHRISNA WIBAWA

ABSTRAK

Perkembangan teknologi belakangan ini semakin pesat yang mana membuat lahirnya media sosial baru menjadi semakin canggih dengan beragam fiturnya. Hadirnya media sosial tentunya sangat memudahkan masyarakat dalam berkomunikasi sekaligus menyebarkan informasi dengan sangat cepat. Pandemi Covid-19 juga membuat kebutuhan informasi serta komunikasi meningkat, sehingga media sosial tersebut sangat dibutuhkan oleh masyarakat. Namun, fakta lapangan menunjukkan bahwa banyak sekali dampak yang dihadirkan oleh penyebaran berita salah atau disinformasi, salah satu diantaranya yaitu *panic buying*. Penelitian kali ini berusaha melihat pengaruh yang ditimbulkan media sosial khususnya whatsapp terhadap sikap *panic buying* dan menghubungkannya dengan teori integrasi informasi.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan pendekatan eksplanatif yang dilakukan kepada ibu rumah tangga paruh baya di Jakarta Selatan. Sample yang digunakan peneliti sebanyak 204 orang dengan kriteria yang telah ditentukan. Penelitian ini menggunakan teori integrasi informasi dengan teknik pengambilan data adalah angket/kuisisioner.

Hasil dari penelitian ini adalah ditemukan adanya hubungan kuat serta pengaruh sebaran disinformasi mengenai Covid-19 pada grup *Whatsapp* keluarga terhadap sikap *panic buying* ibu rumah tangga Jakarta Selatan dimana ditunjukkan pada uji korelasi yang menunjukkan angka 0,872 yang dapat dinyatakan terdapat hubungan yang sangat erat dan juga uji koefisien determinasi yang menunjukkan angka 78,4% yang dapat diartikan bahwa variabel X peneliti memiliki pengaruh kuat terhadap variabel Y peneliti. Hal itu sejalan dengan konsep dari teori integrasi informasi yang menyatakan bahwa keyakinan serta bobot pada sebuah informasi dapat merubah sikap yang terdapat pada individu.

Kata Kunci : Media sosial, *Panic Buying*, Teori Integrasi Informasi, *Whatsapp*.

**THE EFFECT OF DISINFORMATION ABOUT COVID-19 ON
FAMILY WHATSAPP GROUPS ON PANIC BUYING
ATTITUDE**

DAMAR AGUNG KHRISNA WIBAWA

ABSTRACT

Recent technical advancements are accelerating, resulting in the emergence of increasingly complex and feature-rich social media. The availability of social media is surely easy for people to converse as well as share information very swiftly. The Covid-19 pandemic has greatly raised the need for knowledge and communication, such that social media is extremely needed by the community. However, actual facts demonstrate that there are several impacts that are presented by the transmission of false news or disinformation, one of which is panic buying. This study examines the impact of social media, particularly WhatsApp, on panic buying behavior and relates it to the theory of information integration.

This study applies a quantitative research method with an explanatory approach to middleaged housewives in South Jakarta. The sample used by the researcher is 204 participants with preset criteria. This study employs the theory of information integration with data gathering methodologies is a questionnaire/questionnaire.

The results of this study were found to be a strong relationship and the influence of the spread of disinformation about Covid-19 in the family Whatsapp group on the panic buying attitude of housewives in South Jakarta which was shown in the correlation test which showed the number 0.872 which can be stated that there is a very close relationship and also the test. the coefficient of determination which shows the number 78.4% which can be interpreted that the researcher's X variable has a strong influence on the researcher's Y variable. This is in line with the concept of information integration theory which states that beliefs and weights in an information can change the attitudes contained in individuals.

Keywords : *Social media, Whatsapp, Integration Information Theory, Panic Buying.*