

Pengaruh Terpaan Meme Bencana Banjir dan Literasi Media Sosial Instagram terhadap Perubahan Sikap Mitigasi Bencana bagi Gen-Z

<http://dx.doi.org/10.25008/wartaiski.v8i2.422>

Dhea Anindita^{1*}, Edy Prihantoro¹

¹Magister Ilmu Komunikasi Universitas Gunadarma
Jl. Margonda Raya, Pondok Cina, Depok, Jawa Barat, 16424, Indonesia
*e-mail korespondensi: dheaanindita613@gmail.com

Submitted: July 31, 2025, **Revised:** dd/mm/yyyy, **Accepted:** December 29, 2025
Terakreditasi SINTA-4 SK Kemristekdikti No. 72/E/KPT/2024 sampai Vol 10(2) tahun 2027

Abstract This study aims to analyze the influence of exposure to flood disaster memes and media literacy on changes in disaster mitigation attitudes among Generation Z in Bekasi City through Instagram social media. The phenomenon of disseminating disaster information through memes on social media shows new potential in disaster risk education and communication, especially for the younger generation who are active in the digital world. This study uses a quantitative approach with a survey method by distributing questionnaires to 100 Gen-Z respondents domiciled in Bekasi City. The data analysis technique used is multiple linear regression to determine the effect of each independent variable on the dependent variable. This study uses the S-O-R theory, which explains that human behavior is triggered by stimuli in the environment and results in certain attitudes. The results show that both exposure to disaster memes and media literacy have a significant influence on changes in attitudes in disaster mitigation. These findings indicate that social media, especially Instagram, can be an effective tool in shaping disaster awareness and preparedness attitudes among Generation Z, especially if the content is presented in an attractive and easy-to-understand format such as memes. This research contributes to the development of digital-based disaster communication strategies and reinforces the importance of media literacy in dealing with disinformation in the digital era.

Keywords: Disaster Memes, Media Literacy, Disaster Mitigation, Gen-Z, Instagram

Abstrak Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh terpaan meme bencana alam banjir dan literasi media terhadap perubahan sikap mitigasi bencana pada Generasi Z di Kota Bekasi melalui media sosial Instagram. Fenomena penyebaran informasi kebencanaan melalui meme di media sosial menunjukkan potensi baru dalam edukasi dan komunikasi risiko bencana, terutama bagi generasi muda yang aktif di dunia digital. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei melalui penyebaran kuesioner kepada 100 responden Gen-Z yang berdomisili di Kota Bekasi. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linear berganda untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Penelitian ini menggunakan teori S-O-R, yang menjelaskan bahwa perilaku manusia dipicu oleh stimulus yang ada di sekitar dan menghasilkan sikap tertentu. Hasil penelitian menunjukkan bahwa baik terpaan meme bencana maupun literasi media berpengaruh signifikan terhadap perubahan sikap dalam melakukan mitigasi bencana. Temuan ini mengindikasikan bahwa media sosial, khususnya Instagram, dapat menjadi sarana efektif dalam membentuk kesadaran dan sikap siaga bencana di kalangan Generasi Z, terutama

jika konten disajikan dalam bentuk yang menarik dan mudah dipahami seperti meme. Penelitian ini memberikan kontribusi dalam pengembangan strategi komunikasi kebencanaan berbasis digital dan memperkuat pentingnya literasi media dalam menghadapi disinformasi di era digital.

Kata kunci: Meme Bencana, Literasi Media, Perubahan sikap, Mitigasi bencana, Gen-Z, Instagram

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi telah mendorong perubahan besar dalam kehidupan masyarakat Indonesia, khususnya dalam penggunaan internet dan media sosial. Hingga 2025, jumlah pengguna internet di Indonesia mencapai lebih dari 212 juta jiwa, dengan durasi penggunaan rata-rata 8 jam 36 menit per hari, dan sekitar 3 jam 17 menit digunakan untuk media sosial (We Are Social, 2025). Instagram menjadi salah satu platform yang paling populer, dengan 150 juta pengguna, didominasi oleh Generasi Z (APJII, 2024).

Instagram tidak hanya digunakan sebagai sarana komunikasi dan hiburan, tetapi juga menjadi media penyampaian informasi yang bersifat edukatif maupun kritik sosial, terutama melalui konten meme. Meme sebagai bentuk pesan visual yang ringkas dan menarik dapat menyampaikan informasi secara cepat, termasuk dalam konteks kebencanaan. Dalam beberapa kasus, meme digunakan sebagai sarana penyadaran terhadap isu-isu seperti bencana alam, termasuk banjir.

Namun, meningkatnya penyebaran informasi di media sosial juga menghadirkan tantangan, terutama terkait literasi media. Literasi media berperan penting dalam membantu pengguna, khususnya generasi muda, dalam mengevaluasi informasi yang mereka terima agar tidak terjebak dalam hoaks atau konten manipulatif. Dalam konteks mitigasi bencana, kemampuan literasi media dapat memperkuat pemahaman serta mendorong sikap proaktif dalam menghadapi risiko.

Mitigasi bencana bukan hanya tanggung jawab pemerintah, tetapi juga memerlukan partisipasi masyarakat, termasuk Gen-Z sebagai generasi digital. Sayangnya, meskipun aktif menggunakan media sosial, kesadaran mitigatif Gen-Z terhadap isu banjir masih tergolong rendah. Padahal, platform seperti Instagram dapat menjadi sarana potensial untuk menyampaikan pesan mitigasi dengan pendekatan visual yang kreatif dan kontekstual.

Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa terpaan terhadap konten meme yang informatif dan literasi digital berpengaruh terhadap perubahan sikap audiens, termasuk dalam isu politik maupun kebencanaan (Prihantoro et al., 2024). Oleh karena itu, penting untuk meneliti sejauh mana terpaan meme banjir di Instagram serta tingkat literasi media berpengaruh terhadap perubahan sikap mitigasi bencana pada Gen-Z, khususnya di wilayah perkotaan yang rawan banjir seperti Bekasi.

Peneliti terdorong untuk mengangkat topik ini karena tingginya intensitas banjir di Bekasi dan rendahnya keterlibatan generasi muda dalam upaya mitigasi. Dengan latar belakang di bidang komunikasi dan kebencanaan, peneliti berharap temuan ini dapat memperkaya strategi komunikasi kebencanaan berbasis media sosial yang sesuai dengan karakteristik Gen-Z.

KERANGKA TEORI

Teori Stimulus–Organisme–Respons (S-O-R) merupakan pengembangan dari model behavioristik Stimulus–Respons (S-R) yang sebelumnya dianggap terlalu sederhana karena mengabaikan peran internal individu. Mehrabian dan Russell (1974) memperkenalkan model S-O-R dengan menambahkan unsur organisme sebagai penghubung antara rangsangan eksternal dan reaksi yang dihasilkan. Dalam konteks komunikasi massa, teori ini menjelaskan bahwa respons seseorang terhadap pesan media tidak muncul secara langsung, tetapi melalui proses internal seperti persepsi, emosi, dan kognisi.

Tiga komponen utama dalam teori ini meliputi: (1) Stimulus, yaitu rangsangan dari lingkungan luar seperti visual, teks, atau suara—dalam penelitian ini berupa meme banjir yang tersebar di media sosial; (2) Organisme, yakni kondisi psikologis dan kognitif individu, termasuk tingkat literasi media yang memengaruhi cara mereka memproses pesan; dan (3) Respons, yaitu hasil dari proses internal tersebut, seperti perubahan sikap, niat, atau tindakan nyata dalam menghadapi bencana.

Dalam penelitian ini, teori S-O-R digunakan untuk menganalisis bagaimana terpaan meme banjir di media sosial dan literasi media Gen-Z berpengaruh terhadap sikap mitigasi bencana. Teori ini menjadi landasan yang tepat karena dapat menjelaskan hubungan antara media, pemrosesan informasi individu, dan perubahan sikap yang diharapkan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Menurut Sugiyono (2019), metode penelitian kuantitatif adalah metode yang berlandaskan pada filsafat positivisme dan digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu. Tujuan dari metode ini adalah untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan sebelumnya, sehingga hasilnya dapat digeneralisasikan. Penelitian ini menggunakan instrumen penelitian seperti kuesioner atau angket yang telah terstandar untuk memperoleh data yang objektif.

Creswell (2014) menyatakan bahwa pendekatan kuantitatif melibatkan pengujian teori melalui pengukuran variabel-variabel, pengumpulan data menggunakan instrumen yang menghasilkan data numerik, serta analisis data menggunakan prosedur statistik. Dengan pendekatan ini, peneliti dapat menarik kesimpulan berdasarkan bukti empiris. Lebih lanjut, Neuman (2014) menjelaskan bahwa dalam penelitian kuantitatif, terdapat struktur yang sistematis dan terencana, yang mencakup perumusan masalah, penyusunan hipotesis, pengumpulan data, dan pengujian hipotesis menggunakan teknik statistik. Peneliti kuantitatif bertujuan untuk memperoleh validitas eksternal yang tinggi sehingga temuan penelitian dapat berlaku untuk populasi yang lebih luas. Dengan demikian, metode penelitian kuantitatif memiliki karakteristik yang kuat dalam hal pengukuran yang objektif, kemampuan untuk menggeneralisasi hasil, serta penggunaan alat analisis statistik untuk mendukung pengambilan keputusan berbasis data.

Sampel Penelitian

Sedangkan untuk jumlah sampel dihitung dengan Rumus Slovin adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan:

- n = jumlah sampel
- N = jumlah populasi (dapat berupa estimasi atau asumsi kasar)
- e = tingkat kesalahan yang ditoleransi (contoh: 0,1 = 10%, 0,05 = 5%)

$$n = \frac{579.134}{1 + (579.134 \times (0.1)^2)}$$

Berdasarkan perhitungan diatas, maka sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 100 orang.

Operasional Variabel

Operasional variabel adalah cara atau prosedur yang digunakan untuk mengukur, mengamati, atau mendefinisikan sebuah variabel dalam suatu penelitian secara konkret dan spesifik. Dengan kata lain, operasional variabel menjelaskan bagaimana variabel itu diukur atau diidentifikasi agar dapat diamati dan dianalisis secara sistematis. Definisi operasional variable pada penelitian ini dapat dilihat dari Tabel berikut ini :

Tabel 1 Operasional Variabel

Jenis Variabel	Indikator	Pertanyaan Penelitian	Alat Ukur
Terpaan (X1)	Frekuensi	1. Saya sering terpapar informasi meme banjir dalam seminggu	Skala Likert
		2. Saya melihat atau mendengar informasi meme banjir beberapa kali dalam sehari	Skala Likert
	Durasi	1. Saya berapa menit menggunakan media sosial dalam sehari	Skala Likert
		2. Saya berapa jam menggunakan media sosial dalam sehari	Skala Likert
		3. Saya menghabiskan waktu yang cukup lama untuk membaca/melihat/mendengarkan informasi meme banjir setiap kali terpapar	Skala Likert
		4. Saya sering memperhatikan informasi meme banjir lebih dari lima menit	Skala Likert
	Atensi	1. Saya sering memperhatikan informasi mengenai meme banjir di Instagram	Skala Likert
		2. Saya benar-benar memperhatikan informasi mengenai meme banjir	Skala Likert
		3. Saya ingat detail atau fakta dari informasi meme banjir dengan baik	Skala Likert
Literasi Media (X2)	Analisis	1. Saya membaca informasi yang saya terima di media tersebut sampai selesai/akhir	Skala Likert
		2. Saya mengetahui unsur 5W+1H (siapa, Dimana, kenapa, kapan, apa, bagaimana) dari informasi yang saya dapatkan di media tersebut	Skala Likert
	Evaluasi	1. Saya membandingkan informasi yang saya terima dengan informasi yang saya dapatkan di media lain (surat kabar, televisi, radio, atau berita online)	Skala Likert
		2. Saya sering berdiskusi dengan orang terdekat atau orang yang saya kenal mengenai informasi yang saya terima dari media tersebut	Skala Likert
	Kategorisasi	1. Saya dapat mengetahui informasi yang saya terima adalah informasi yang positif, netral, maupun negative (berita palsu/bohong/hoax)	Skala Likert
		2. Saya lebih tertarik untuk melihat informasi yang berguna bagi saya dari media tersebut	Skala Likert
	Induksi	1. Saya dapat mengambil Kesimpulan umum dari sebuah informasi yang spesifik	Skala Likert
		2. Saya dapat melihat dampak yang terjadi dari sebuah informasi yang spesifik	Skala Likert
	Deduksi	1. Saya dapat menyimpulkan hal-hal spesifik dari informasi yang umum	Skala Likert
		2. Saya dapat melihat dampak dari sebuah informasi umum yang mempengaruhi informasi khusus	Skala Likert
	Kombinasi	1. Saya sering menerima informasi baru dari media serupa dengan informasi yang sudah saya ketahui sebelumnya di media tersebut	Skala Likert
		2. Saya memperbaharui informasi yang sudah saya ketahui sebelumnya dengan informasi yang serupa dari media tersebut	Skala Likert
	Abstraksi	1. Saya dapat melihat inti pesan dari sebuah informasi yang saya terima di media tersebut	Skala Likert
		2. Saya dapat melihat garis besar dari sebuah	Skala

Jenis Variabel	Indikator	Pertanyaan Penelitian	Alat Ukur
		informasi yang saya terima di media tersebut	Likert
Sikap (Y)	Kognitif	1. Saya memahami dengan baik informasi mengenai meme banjir	Skala Likert
		2. Saya memiliki pengetahuan yang mendalam tentang isu ini	Skala Likert
		3. Saya percaya bahwa informasi meme banjir benar dan akurat	Skala Likert
		4. Saya yakin bahwa topik ini penting untuk diperhatikan	Skala Likert
		5. Menurut saya informasi meme banjir lebih efektif dibandingkan yang lain	Skala Likert
	Afektif	1. Saya merasa senang Ketika memikirkan tentang informasi meme banjir	Skala Likert
		2. Saya memiliki sikap positif terhadap informasi meme banjir	Skala Likert
	Konatif	1. Saya berencana untuk mengambil langkah-langkah untuk mempelajari lebih lanjut mengenai informasi meme banjir	Skala Likert
		2. Saya siap untuk mengubah pandangan saya setelah melihat/mendengar informasi meme banjir ini jika diperlukan	Skala Likert
		Saya bersedia mengadopsi pendekatan baru terkait dengan meme banjir ini	Skala Likert

Setelah data terkumpul secara lengkap, tahap berikutnya adalah mengurutkan, mengelompokkan, dan mengkategorikan data hasil penyebaran kuesioner, kemudian data tersebut diolah menggunakan bantuan perangkat lunak statistik SPSS versi 25.

HASIL PENELITIAN

Uji Validitas

Tabel 2 Uji Validitas X1

Demensi	Pernyataan	r ^{hitung}	r ^{tabel}	Hasil Uji
Terpaan	X1.1	0.851	0.196	Valid
	X1.2	0.873	0.196	Valid
	X1.3	0.836	0.196	Valid
	X1.4	0.831	0.196	Valid
	X1.5	0.861	0.196	Valid
	X1.6	0.841	0.196	Valid
	X1.7	0.869	0.196	Valid
	X1.8	0.829	0.196	Valid
	X1.9	0.866	0.196	Valid

Dalam melakukan uji validitas, langkah pertama adalah menentukan nilai r tabel, dengan rumus $df = N - 2$, sehingga diperoleh $df = 100 - 2 = 98$. Dengan tingkat signifikansi sebesar 0,05, maka nilai r tabel yang digunakan adalah 0,196. Hasil analisis dapat dilihat pada bagian *Correlation item-total*, di mana jika nilai korelasi suatu item lebih besar dari r tabel (0,196), maka item tersebut dianggap valid. Sebaliknya, jika nilai korelasinya lebih kecil, maka item dinyatakan tidak valid.

Berdasarkan Tabel 2, seluruh pernyataan yang termasuk dalam variabel terpaan (X1) dinyatakan valid karena nilai r hitung masing-masing item melebihi nilai r tabel.

Tabel 3 Uji Validitas X2

Demensi	Pernyataan	r _{hitung}	r _{tabel}	Hasil Uji
Literasi Media	X2.1	0.888	0.196	Valid
	X2.2	0.864	0.196	Valid
	X2.3	0.815	0.196	Valid
	X2.4	0.833	0.196	Valid
	X2.5	0.881	0.196	Valid
	X2.6	0.817	0.196	Valid
	X2.7	0.873	0.196	Valid
	X2.8	0.836	0.196	Valid
	X2.9	0.849	0.196	Valid
	X2.10	0.884	0.196	Valid
	X2.11	0.838	0.196	Valid
	X2.12	0.874	0.196	Valid
	X2.13	0.861	0.196	Valid
	X2.14	0.839	0.196	Valid

Dari Tabel 3 dapat disimpulkan jika semua pernyataan pada variabel Literasi Media (X2) dinyatakan valid karena r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} (0.196).

Tabel 4 Uji Validitas Y

Demensi	Pernyataan	r _{hitung}	r _{tabel}	Hasil Uji
Perubahan Sikap	Y.1	0.837	0.196	Valid
	Y.2	0.729	0.196	Valid
	Y.3	0.778	0.196	Valid
	Y.4	0.806	0.196	Valid
	Y.5	0.793	0.196	Valid
	Y.6	0.832	0.196	Valid
	Y.7	0.834	0.196	Valid
	Y.8	0.865	0.196	Valid
	Y.9	0.809	0.196	Valid
	Y.9	0.812	0.196	Valid

Dari Tabel 4 dapat disimpulkan jika semua pernyataan pada variabel Perubahan Sikap (Y) dinyatakan valid karena r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} (0.196).

Uji Reliabilitas

Tabel 5 Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Standar Reliabel	Keterangan
X1	0.955	0.80	Reliabel
X2	0.971	0.80	Reliabel
Y	0.941	0.80	Reliabel

Pada Tabel 5 menunjukkan bahwa *reliability statistics* memiliki nilai di atas 0.8. Reliabilitas dapat dikatakan reliabel jika nilai *Cronbach's alpha* di setiap pernyataan variabel X1, X2, Y lebih dari 0.8 maka uji *reliability statistics* dikatakan reliabel.

Uji Normalitas

Tabel 6 Uji Normalitas		
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	4.02906054
Most Extreme Differences	Absolute	.046
	Positive	.028
	Negative	-.046
Test Statistic		.046
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

Merujuk pada Tabel 6, dapat disimpulkan bahwa nilai signifikansi dari uji *Kolmogorov-Smirnov* sebesar 0,200 > 0,05. Dengan demikian, data dalam model penelitian ini mengikuti distribusi normal, karena nilai signifikansi melebihi batas 0,05.

Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas digunakan untuk mengetahui apakah terdapat korelasi antara variabel bebas dan variabel terikat. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antara variabel. Nilai tolerance > 0,10 dan nilai VIF < 10,00 maka dikatakan bahwa tidak ada multikolinieritas antar variabel independent dalam model regresi.

Tabel 7 Uji multikolinieritas

Coefficients ^a			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Meme Banjir	.770	1.299
	Literasi Media	.770	1.299

Berdasarkan tabel 7 maka hasil uji menunjukkan jika tidak ada variabel bebas maupun variabel terikat yang memiliki nilai *tolerance* > 0.10 maupun *VIF* < 10. Hal ini ditunjukkan dengan nilai *tolerance* dan nilai *VIF* pada variabel X1 Meme Banjir sebesar 0.770 dan 1.299, hasil *tolerance* dan nilai *VIF* pada variabel X2 Literasi Media adalah 0.770 dan 1.299. Hal ini menunjukkan jika pada model regresi pada penelitian ini terbebas dari gejala multikolinieritas.

Uji Regresi Linier Berganda

Tabel 8 Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5.791	2.200		2.632	.010
	Meme Banjir	.543	.057	.587	9.537	.000
	Literasi Media	.257	.041	.390	6.331	.000

Berdasarkan tabel 8 maka diperoleh hasil persamaan sebagai berikut :

$$Y = 5.791 + 0.543 (X_1) + 0.257 (X_2)$$

Penjelasan :

1. Nilai konstanta sebesar 5.791. Hal ini menunjukkan jika Meme Banjir, dan Literasi Media nilai nol, maka perubahan sikap mitigasi bencana pada Gen Z di Bekasi adalah sebesar 5.791.

2. Koefisien regresi Meme Banjir (X1) memiliki nilai sebesar 0.543. artinya setiap naik 1 poin atau 1% maka variabel Perubahan Sikap akan meningkat sebesar 0.543.
3. Koefisien regresi Literasi Media (X2) memiliki nilai sebesar 0.257 artinya setiap naik 1 poin atau 1% maka variabel Perubahan Sikap akan meningkat sebesar 0.257.

Uji Koefisien Determinasi

Tabel 9 Uji Koefisien Detrminasi

Model Summary^b				
Mo del	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.847 ^a	.717	.711	4.070

Berdasarkan tabel 9, maka diketahui jika pengaruh antara variabel Meme Banjir dan Literasi Media, dapat dilihat dari hasil nilai koefisien determinasi dimana $R^2 = 0.717 = 71.7\%$, artinya pengaruh Meme Banjir dan Literasi Media terhadap Perubahan Sikap mitigasi bencana pada Gen Z di Bekasi adalah sebesar 71.7%, sedangkan sisanya 28,3% dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Pengujian Hipotesis Uji T

Tabel 10 Uji T

Coefficients^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5.791	2.200		2.632	.010
	Meme Banjir	.543	.057	.587	9.537	.000
	Literasi Media	.257	.041	.390	6.331	.000

Dari hasil tabel 10 maka diperoleh thitung untuk variabel Meme Banjir (X1) sebesar 9.537, Literasi Media (X2) sebesar 6.331. Nilai thitung tersebut kemudian dibandingkan dengan nilai ttabel distribusi t. Dengan $\alpha = 5\%$ dengan $df = n - k - 1 = 100 - 2 - 1 = 97$ dengan nilai t pada tabel distribusi t adalah sebesar 1.984.

Hipotesis Penelitian :

1. H01 : Tidak ada pengaruh meme bencana alam banjir terhadap perubahan sikap mitigasi bencana pada Gen Z di Bekasi.
Ha1 : Ada pengaruh meme bencana alam banjir terhadap perubahan sikap mitigasi bencana pada Gen Z di Bekasi.
2. H02 : Tidak ada pengaruh literasi media terhadap perubahan sikap mitigasi bencana pada Gen Z di Bekasi.
Ha2 : Ada pengaruh literasi media terhadap perubahan sikap mitigasi bencana pada Gen Z di Bekasi.

Maka didapat hasil pengujian hipotesis

- a. Berdasarkan kriteria uji pada variabel Pengaruh Meme Banjir (X1) terlihat bahwa nilai thitung lebih besar dari ttabel yaitu sebesar $9.537 > 1.984$ dan nilai signifikan $0.000 < 0.05$. Hal ini menunjukkan bahwa H01 ditolak dan Ha1 diterima artinya, Meme Banjir (X1) berpengaruh secara simultan terhadap Perubahan Sikap (Y).
- b. Berdasarkan kriteria uji pada variabel Pengaruh Literasi Media (X2) terlihat bahwa nilai thitung lebih besar dari ttabel yaitu sebesar $6.331 > 1.984$ dan nilai signifikan $0.000 < 0.05$.

Hal ini menunjukkan bahwa H01 ditolak dan Ha1 diterima artinya, Literasi Media (X2) berpengaruh secara simultan terhadap Perubahan Sikap (Y).

Pengujian Hipotesis Uji F

Uji Hipotesis F atau uji Anova dilakukan untuk mengetahui pengaruh semua variabel independen yang terdapat di dalam model secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel dependen. Dasar pengambilan keputusan uji F:

- Jika nilai sig. < 0,05 atau F hitung > F tabel, maka terdapat pengaruh variabel X secara simultan terhadap variabel Y.
- Jika nilai sig. > 0,05 atau F hitung < F tabel, maka tidak terdapat pengaruh variabel X secara simultan terhadap variabel Y.

$$F \text{ tabel} = (f ; n - k) = 100 - 2 - 1 = 97 = 3.09$$

Tabel 11 Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	4066.540	2	2033.270	122.722	.000 ^b
	Residual	1607.100	97	16.568		
	Total	5673.640	99			

- H03 : Tidak ada pengaruh meme bencana alam banjir, dan literasi media terhadap perubahan sikap mitigasi bencana gen Z di Bekasi.
- Ha3 : Ada pengaruh meme bencana alam banjir, dan literasi media terhadap perubahan sikap mitigasi bencana pada gen Z di Bekasi.

Berdasarkan hasil uji dapat dilihat jika nilai Fhitung lebih besar dari Fabel yaitu sebesar $4066.540 > 3.09$ dan nilai signifikan $0.000 < 0.05$. Hal ini menunjukkan jika H03 ditolak dan Ha3 diterima artinya, Meme Banjir dan Literasi Media berpengaruh secara simultan terhadap perubahan sikap mitigasi bencana pada gen Z di Bekasi.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dijabarkan Tentang Pengaruh Meme Banjir Dan Literasi Media Terhadap Perubahan Sikap Melakukan Mitigasi Bencana Melalui Media Sosial Instagram Bagi Gen-Z, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut : (1)Meme banjir di instagram berpengaruh terhadap perubahan sikap melakukan mitigasi bencana melalui media sosial instagram bagi gen-z. (2)Literasi media berpengaruh terhadap perubahan sikap melakukan mitigasi bencana melalui media sosial instagram bagi gen-z. (3)Secara bersamaan, meme banjir dan literasi media memiliki pengaruh yang besar terhadap perubahan sikap melakukan mitigasi bencana melalui media sosial instagram bagi gen-z sebesar 71,7%.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S. 2010. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik* (Edisi Revisi). Jakarta: Rineka Cipta.
- Aufderheide, P. 1993. *Media Literacy: A Report of the National Leadership Conference on Media Literacy*. Aspen Institute.
- Azwar, S. 2011. *Sikap Manusia: Teori dan Pengukurannya*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Cangara, H. 2011. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Rajawali Pers

- Creswell, J. W. 2014. *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* (4th ed.). Thousand Oaks, CA: Sage Publications
- Guba, E. G., & Lincoln, Y. S. 1994. *Competing Paradigms in Qualitative Research*. In N. K. Denzin & Y. S. Lincoln (Eds.), *Handbook of Qualitative Research*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Lim, M. 2018. *Digital Indonesia: Connectivity and Divergence*. ISEAS Publishing.
- Lister, M., Dovey, J., Giddings, S., Grant, I., & Kelly, K. 2009. *New Media: A Critical Introduction* (2nd ed.). London: Routledge
- McQuail, D. 2010. *McQuail's Mass Communication Theory* (6th ed.). London: Sage Publications.
- Milner, R. M. 2016. *The World Made Meme: Public Conversations and Participatory Media*. Cambridge, MA: MIT Press.
- Neuman, W. L. 2014. *Social Research Methods: Qualitative and Quantitative Approaches* (7th ed.). Pearson Education
- Potter, W. J. 2012. *Media Effects*. Thousand Oaks, CA: SAGE Publications.
- Purbo, O. W., & Wahyudi, D. 2001. *Teknologi Internet dan Penerapannya di Indonesia*. Bandung: Informatika.
- Safko, L., & Brake, D. K. 2009. *The Social Media Bible: Tactics, Tools, and Strategies for Business Success*. Hoboken: Wiley.
- Saifullah, Muhammad & Sofyan. 2022. *METODE SURVEI DALAM PENELITIAN KOMUNIKASI*. Yogyakarta. Jejak Pustaka
- Shifman, L. 2014. *Memes in Digital Culture*. Cambridge, MA: MIT Press.
- Siregar, R. 2022. *Transformasi Digital di Indonesia: Peluang dan Tantangan*. Jakarta: Gramedia.
- Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suprpto, Tommy. 2009. *PENGANTAR TEORI DAN MANAJEMEN KOMUNIKASI*. Yogyakarta. Medpress
- Twigg, J. 2009. *Characteristics of a Disaster-Resilient Community: A Guidance Note*. DFID.
- UNESCO. 2011. *Media and Information Literacy Curriculum for Teachers*. Paris: United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization.
- Wisner, B., Blaikie, P., Cannon, T., & Davis, I. 2004. *At Risk: Natural Hazards, People's Vulnerability and Disasters* (2nd ed.). Routledge.