

Bias Konfirmasi terhadap Perilaku Berbohong

*Fihiyatun Naja*¹⁾

Fakultas Psikologi Universitas Yudharta Pasuruan

Email: fihiyatunnaja10@gmail.com

*Nanik Kholifah*²⁾

Fakultas Psikologi Universitas Yudharta Pasuruan

Email: nanikkholifah@yudharta.ac.id

Abstract. The spread of fake news in Indonesia is now increasingly widespread, especially through social media, many negative impacts have been caused from the spread of fake information. Fake information can defame the reputation of others, cruel slander, fighting between groups, and disrupt national disintegration and even disrupt national security stability. Confirmation bias is one of the reasons why someone conducts or disseminates fake information, where individuals tend to only seek and receive information that is in accordance with their thoughts and ignores different opinions that might be true facts. This study aims to measure the effect of confirmation bias on lying behavior that is prevalent around us. The sample in this study was the millennial generation of social media users who are members of the PMII Pasuruan organization of 80 members, the samples were taken by purposive sampling technique. Data collection used a lying behavior scale and a confirmation bias scale compiled by the researchers using Likert answer method. The data were then analyzed using One Predictor Linear Regression Analysis. The results of data analysis resulted r value of 0.102228 with a significance value of 0.286. This shows that there is no significant correlation between confirmation bias and lying behavior.

Keywords: Behavior Lying, Confirmation Bias, Social Media.

Abstrak. Penyebaran berita bohong di Indonesia kini semakin meluas terutama melalui sosial media, banyak dampak negatif yang telah ditimbulkan dari penyebaran informasi bohong, kebohongan informasi dapat mencemarkan reputasi pihak lain, fitnah yang kejam, adu domba antar kelompok, dan mengacaukan disintegritas bangsa bahkan mengganggu stabilitas keamanan nasional. Bias konfirmasi menjadi salah satu penyebab seseorang melakukan atau menyebarkan informasi bohong, dimana individu cenderung hanya mencari dan menerima informasi yang sependapat dengan pemikirannya serta mengabaikan opini yang berbeda yang mungkin saja adalah fakta yang sebenarnya. Penelitian ini bertujuan untuk mengukur adanya pengaruh bias konfirmasi terhadap perilaku berbohong yang marak terjadi di sekitar kita. Sampel pada penelitian ini adalah generasi milenial pengguna sosial media yang tergabung dalam organisasi PMII Pasuruan yang berjumlah 80 anggota, sampel diambil dengan teknik purposive sampling. Pengumpulan data menggunakan skala perilaku berbohong dan skala bias konfirmasi yang disusun oleh peneliti dengan menggunakan

metode jawaban Likert. Data kemudian dianalisis dengan menggunakan Analisis Regresi Linear Satu Prediktor. Hasil analisa data menghasilkan nilai r hitung sebesar 0,102228 dengan nilai signifikansi sebesar 0,286. Hal ini menunjukkan bahwa tidak ada korelasi yang signifikan antara bias konfirmasi dengan perilaku berbohong.

Kata Kunci: Perilaku Berbohong, Bias Konfirmasi, Media Sosial

Beberapa belakangan ini masyarakat Indonesia selalu disajikan dengan banyaknya kabar maupun berita mengenai kebohongan yang berujung pada adu domba. Berita bohong tersebut cepat menyebar melalui sosial media. Selain karena rendahnya daya pikir masyarakat dalam menerima informasi tanpa melakukan verifikasi dari sudut pandang yang berbeda, masyarakat sendiri ikut serta dalam menyebarkan berita bohong karena mereka merasa informasi yang mereka terima sesuai dengan opini mereka. Berdasarkan data Kemenkominfo, (2016) yang diterbitkan oleh CNN Indonesia menyebutkan bahwa ada sekitar 800.000 situs di Indonesia yang telah terindikasi sebagai penyebar informasi palsu dan ujaran kebencian. Direktur informasi dan komunikasi Badan Intelijen Negara (BIN) Wawan Purwanto menyebutkan bahwa berita bohong (*Hoax*) sudah mencakup 60%

dari konten media sosial di Indonesia (Kompas, 2018). Tercatat dalam data riset yang dilakukan oleh *DailySocial.id* yang bekerja sama dengan *Jakpat Mobile Survey Platform* (2018), setidaknya ada tiga aplikasi media sosial yang paling banyak digunakan untuk menyebarkan berita bohong (hoax) yaitu Facebook sebesar 82,25%, WhatsApp 56,55%, dan Instagram sebesar 29,48%. Dari 2.032 responden yang terlibat, riset ini mencatat sebanyak 44,19% responden mengaku tidak yakin mereka punya kepiawaian dalam mendeteksi berita bohong. Sementara responden lainnya, sebesar 51,03%, memilih untuk berdiam diri (dan tidak percaya) ketika menemui konten berita bohong (hoax).

Gunawan & Ratmono (2018) mengatakan bahwa dampak berita bohong yang disebarkan oleh pelaku kebohongan dapat mengacaukan masyarakat, tidak hanya di jagat maya, melainkan juga di kehidupan nyata,

bahkan mengancam disintegritas bangsa, dan mengganggu stabilitas keamanan nasional. Masalah penyebaran berita bohong kini menjadi permasalahan yang sangat serius di tanah air, hal ini dikarenakan dampak negatif yang begitu besar dari penyebaran berita bohong tersebut. Berita bohong akan menimbulkan opini negatif, dan fitnah. Penyebar berita bohong bisa saja membuat orang menjadi terancam dan dapat merugikan pihak yang diberitakan sehingga dapat merusak reputasi serta menimbulkan kerugian materi dan sebagainya. Beberapa faktor yang mempengaruhi perilaku berbohong tersebut diantaranya disebabkan oleh bias konfirmasi yaitu cenderung mendukung opini sendiri, mengabaikan informasi yang benar, dan tidak suka mendengarkan pendapat orang yang bertentangan dengan pandangannya. Phung & Marbun dalam Alfi Novia (2014) menyatakan bahwa bias konfirmasi dalam diri seseorang membuat seseorang yang bersangkutan cenderung memilih dan menaruh perhatian lebih pada informasi yang

mendukung opini mereka, sementara itu mereka mengabaikan informasi yang bertentangan dengan opini mereka. Bias konfirmasi menyebabkan seseorang lebih suka mendengar anggapan atau pendapat yang hanya sejalan dengan gagasannya, sehingga akan lebih mempertimbangkan informasi yang hanya sesuai dengan pendapat pribadi. Menurut Ronson (2013) ketika dihadapkan dengan bukti yang bertentangan dengan apa yang mereka inginkan, mereka akan secara aktif mengabaikan atau menolaknya, hal itu sangat menghalangi kemampuan seseorang untuk menemukan kebenaran. Oleh sebab itu mereka hanya akan memilih dan membagikan informasi yang mereka inginkan saja, walaupun informasi tersebut merupakan kebohongan. Hal tersebut juga dijelaskan oleh Allcot & Getzkow (2017) dalam Gunawan & Ratmono (2018) bahwa seseorang akan mempertahankan dan tetap menyebarkan informasi yang sesuai dengan gagasan yang mereka yakini meski hal tersebut merupakan kebohongan. Bias konfirmasi berusaha membuat orang mengabaikan dan

menyembunyikan fakta-fakta atau argumentasi yang berlawanan dengan keyakinannya (Edwards & Smith, 1996; Kunda, 1990 dalam Wade & Travis, 2016). Dengan demikian dapat dikatakan seseorang telah melakukan kebohongan dengan menyembunyikan fakta-fakta hanya karena tidak sependapat dengan argumentasinya.

Dalam sebuah riset bertajuk *The Spreading of Misinformation Online* (Washington Post, 2014) mengatakan bahwa bias konfirmasi bukan hanya mempersempit pikiran tetapi juga dapat memicu penyebaran berita bohong. Ketika melakukannya, seseorang cenderung terus mencari informasi yang mengonfirmasi suatu keyakinan. Sementara di satu sisi, ia menutup mata akan adanya informasi lain, informasi yang bertentangan dengan keyakinannya. Thomas Gilovich (1993) menyatakan bahwa bias konfirmasi membuat seseorang lebih mudah untuk mengingat informasi baru yang mendukung apa yang mereka percayai selama ini dan secara tanpa sadar, dengan cepat melupakan dan mengabaikan informasi ataupun fakta baru yang

menyanggah kepercayaan itu. Oleh sebab itu karena kepercayaan yang telah dimiliki sebelumnya seseorang tidak akan mudah menerima informasi lain yang berbeda dengan pandangannya meskipun informasi itu benar, mereka lebih mempertahankan kepercayaan yang telah mereka miliki dan membagikannya pada orang lain meskipun hal itu merupakan kebohongan.

Banyaknya penyebaran konten kebohongan yang didasari pendapat pribadi, maupun kecenderungan seseorang yang hanya menyukai informasi yang sesuai dengan pandangan atau opini pribadi, serta hanya menerima informasi yang sesuai dengan preferensi mereka yang akhirnya menimbulkan berita bohong berantai, maka perlu adanya kajian penelitian mengenai “Pengaruh Bias Konfirmasi Terhadap Perilaku Berbohong”.

Tujuan penelitian ini adalah untuk membuktikan adanya pengaruh bias konfirmasi terhadap perilaku berbohong yang terjadi di tengah masyarakat. Secara teoritis penelitian ini dilakukan dengan harapan dapat

menambah wacana dan perkembangan bagi ilmu psikologi serta dapat menambah wawasan bagi pembaca mengenai bias konfirmasi sebagai faktor penyebab perilaku berbohong. Dan secara praktis hasil penelitian ini diharapkan dapat menyumbangkan pemikiran kepada masyarakat dalam mengatasi bias konfirmasi dan mencegah perilaku berbohong yang dipengaruhi oleh bias tersebut.

Perilaku Berbohong

Menurut Morissan (2013) kebohongan adalah manipulasi disengaja terhadap informasi, perilaku dan gambaran diri (*image*) dengan maksud untuk mengarahkan orang lain pada kepercayaan atau kesimpulan yang salah. Kholil Misbach dalam Aunillah (2011) menjelaskan bahwa berbohong itu merupakan perkara yang berbahaya dan termasuk salah satu jenis keburukan yang menjalar. Artinya dalam setiap waktu, hampir dipastikan selalu saja ada orang yang melakukan kebohongan, baik dengan tidak sengaja atau disengaja. Karena

kebohongan merupakan perbuatan tercela yang sangat potensial dilakukan oleh semua manusia, maka kebohongan itu sendiri memiliki bentuk-bentuk dan pengertian yang sangat beragam. Lebih lanjut Imam Nawawi dalam Aunillah (2011) juga mengatakan bahwa kebohongan itu adalah menceritakan sesuatu, namun tidak sesuai dengan fakta yang sebenarnya, baik hal itu disengaja ataupun tidak, maka hukumnya berdosa. Sedangkan orang yang tidak sengaja melakukannya, maka tidak ada dosa baginya.

Peterson (1995), Zuckerman, Depaulo & Rosental (1981) dalam Gani (2016) mendefinisikan kebohongan sebagai sebuah aksi (ekspresi/ perkataan/ tindakan) tanpa pemberitahuan sebelumnya yang bertujuan untuk mengubah pendirian seseorang agar menjadi percaya. Ekman (2009) mendefinisikan kebohongan sebagai kondisi ketika seseorang berniat untuk menyesatkan orang lain dengan sengaja tanpa pemberitahuan terlebih dahulu dan tanpa diminta secara eksplisit oleh targetnya untuk melakukan hal itu.

Faktor-faktor Berbohong

Aunillah (2011) menjelaskan bahwa terdapat beberapa faktor yang membuat seseorang berbohong. Sedikitnya ada empat penyebab utama yang menyebabkan seseorang melakukan kebohongan. Beberapa faktor tersebut antara lain:

1. Faktor Kepribadian

Ada beberapa orang yang memiliki kepribadian sebagai pembohong. Namun, faktor ini juga tidak terjadi dengan sendirinya, melainkan dipengaruhi oleh faktor-faktor lain, seperti keluarga, trauma, dan pengalaman yang tak terlupakan. Dalam kajian psikologi, orang yang biasa melakukan kebohongan biasanya sangat piawai membuat cerita khayalan sebagai salah satu perangkat untuk memuluskan kebohongannya. Hal ini disebut dengan *mythomania*. Para penderita *mythomania* memiliki kecenderungan sangat kuat untuk membuat cerita bohong pada orang lain. kebohongan yang mereka utarakan lewat cerita, dilakukan hanya sekedar untuk mendapatkan perhatian dari orang-orang di sekitarnya.

Ada juga orang yang memiliki kepribadian normal, tapi cenderung untuk lebih mudah berbohong. Orang-orang yang cenderung melakukan kebohongan biasanya disebut sebagai sosok dengan kepribadian manipulatif atau sosok yang lebih suka memanipulasi segala sesuatu. Tidak hanya itu, mereka juga lebih memperhatikan penampilan diri, baik secara psikis maupun fisik, serta lebih mudah melakukan interaksi sosial dengan orang lain. Kebiasaan seperti itu dilakukan sebagai cara untuk agar upaya kebohongannya menjadi lancar.

2. Faktor Sosial

Kebohongan yang dilakukan atas adanya faktor sosial dapat terjadi pada siapa saja. Ada situasi tertentu yang membuat seseorang harus melakukan kebohongan. Dalam hal ini dikatakan sebagai pembohong. Sebab, kebohongan yang dilakukan, sebenarnya merupakan reaksi atas masalah-masalah di sekitar, sehingga membuat dia harus berbuat bohong.

3. Faktor Manfaat

Seseorang bisa melakukan kebohongan apabila ada manfaat yang bakal dia peroleh dengan tindakan

berbohong seperti itu. Dengan demikian, bagi pelaku, berbohong dijadikan sebagai alat untuk memperoleh sesuatu yang bernilai manfaat bagi dirinya. Aspek manfaat ini artinya selama ada manfaat yang dapat di raih, maka kemungkinan berbohong sangat besar untuk dilakukan. Hal ini banyak dilakukan pada seseorang yang memiliki bias konfirmasi dimana dalam sebuah riset bertajuk *The Spreading Of Misinformation Online* yang dijelaskan oleh Walter Quattrociocchi (*Washington Post*, 2016) bahwa bias konfirmasi pemicu informasi salah (bohong). Dimana menurut Andrew (*CNN*, 2017) ketika mereka memiliki bias konfirmasi, mereka cenderung menyukai dan membagikannya saat melihat sesuatu yang membenarkan pemikiran mereka. Tindakan seperti ini pada dasarnya merupakan hal yang manusiawi, meskipun juga tidak dibenarkan. Ada beberapa aspek seseorang melakukan kebohongan. Beberapa aspek tersebut, antara lain:

a. Menguntungkan kepentingan pribadi

Biasanya, hal ini dilakukan oleh para pengusaha nakal yang selalu berusaha mendapatkan keuntungan dengan cara-cara manipulatif.

b. Menimbulkan respons emosional tertentu yang diinginkan

Kebohongan semacam ini kerap dilakukan oleh orang-orang yang gila pujian.

c. Melindungi dari ketidaksetujuan
Perasaan tidak sepakat, tetapi tidak memiliki keberanian untuk mengemukakan rasa itu, membuat seseorang berpura-pura setuju.

d. Berbohong untuk melindungi rasa malu, kehilangan muka, atau terlihat buruk

e. Melindungi dari ketidaknyamanan

Merasa tidak nyaman namun tidak memiliki keberanian untuk mengungkapkan rasa itu, juga membuat seseorang bisa berbohong.

f. Agar tampak lebih baik dari sebenarnya

g. Mendapat keuntungan persona

h. Membantu mendapatkan informasi yang diinginkan

- i. Membantu mendapatkan apa yang diinginkan
- j. Demi orang lain

Indikator Berbohong

Menurut Buller dan Burgoon dalam Morissan (2013) bagian kebohongan meliputi:

- a. *Falsification* atau memalsukan. Dalam hal ini seseorang memberikan keterangan palsu dengan membuat cerita atau fiksi yang berbeda yang tidak sesuai dengan fakta.
- b. *Concealment* atau penyembunyian. Dalam hal ini, seseorang tidak mengemukakan keseluruhan fakta atau menyembunyikan sebagian fakta.
- c. *Equivocation* atau pengaburan. Seseorang secara sengaja membuat kabur atau samar-samar pernyataan sendiri sehingga timbul ketidakjelasan.

Bias Konfirmasi

Menurut Blount (2017) bias konfirmasi adalah kecenderungan untuk membangun keyakinannya dan mencari informasi yang hanya

mendukung pendiriannya, serta mengabaikan bukti lain yang kontras dengan yang ia mau. Rolf Dobelli dalam Assad (2017) juga menjelaskan *confirmation bias* (bias konfirmasi), yaitu kecenderungan manusia untuk menafsirkan informasi baru yang harus selaras dengan teori dan kepercayaan yang sudah ada dengan kata lain, kita akan membuang semua informasi baru yang bertentangan dengan apa yang diyakini.

Confirmation bias (bias konfirmasi), yaitu bias keputusan yang disebabkan seseorang cenderung mencari bukti yang mengkonfirmasi keyakinannya. Bias konfirmasi mengarahkan seseorang untuk menerima atau menolak kebenaran sebuah klaim, bukan atas dasar kekuatan argumen untuk mendukung klaim itu sendiri, namun karena besarnya korespondensi klaim dengan gagasan yang telah terbentuk sebelumnya (Kassin dalam Sulistiawan, 2013).

Indikator Bias Konfirmasi

Marbun dalam Alfi Novia (2014) memaparkan ada beberapa indikator

dalam bias konfirmasi. Pertama, tidak suka mendengarkan pendapat dari orang yang bertentangan dengan pemikirannya. Kedua, menggunakan informasi yang diberikan oleh seorang yang sejalan dengan pemikirannya sebagai bahan pertimbangan. Ketiga, lebih memperhatikan masukan atau pendapat orang yang sesuai dengan pendapatnya. Keempat, cenderung mengesampingkan informasi yang tidak sesuai dengan pemahamannya.

Pengaruh Bias Konfirmasi Terhadap Perilaku Berbohong

Perilaku berbohong dipengaruhi oleh bias konfirmasi. Bias konfirmasi merupakan proses pembuatan keputusan dimana seseorang akan mencari bukti yang memperkuat dan mengabaikan pencarian informasi yang melemahkan (Basyaib, 2006). Jika kecenderungan semacam itu terlibat dalam membuktikan sesuatu hal, tentu hal itu akan menghambat proses pencarian bukti yang sebenarnya. Dimana seseorang akan memilih berbohong dengan mengatakan sesuatu yang berlainan atau berlawanan dengan yang terasa di

dalam hati, ketika mencari informasi yang memperkuat dugaannya, adakalanya terdapat proses mencampur adukkan antara yang benar dengan kebohongan (Hamka, 2017). Bias Konfirmasi menyebabkan seseorang memilih setengah realitas, yang kemudian dipertahankan, dimana sebuah proses yang didasarkan pada konvisi psikologis, yang membuat seseorang merasa berhak untuk menjadi benar, dan perasaan tersebut tidak di dasarkan pada penilaian yang logis dari fakta dan kenyataan (Myrvang, 2017).

Ketika seseorang mempertahankan sebuah realitas yang belum lengkap dan selalu merasa benar, tentu hal itu akan menjerumuskan individu pada sikap perilaku berbohong dimana individu selalu menentang pendapat lain dengan mengatakan pernyataan-pernyataan tambahan yang sekiranya membantah pendapat lain. Seperti yang dikatakan Abdulwaly (2015) salah satu cara seseorang melakukan kebohongan yaitu dengan melebih-lebihkan informasi. Padahal sebuah informasi yang tidak di dasari dengan

fakta (kebenaran), semua itu hanyalah sebuah omong kosong dan dusta (kebohongan) yang bahkan mengandung fitnah (Sopian, 2016).

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh bias konfirmasi terhadap perilaku berbohong. Berikut perumusan hipotesis dari penelitian ini adalah ada pengaruh bias konfirmasi terhadap perilaku berbohong.

Metode

Identifikasi Variabel

Variabel dalam penelitian ini terdiri dari variabel bebas (*independent*) dan variabel terikat (*dependent*). Variabel terikat penelitian ini adalah perilaku berbohong yaitu tindakan yang berupa menyembunyikan, menghilangkan dan memalsukan dengan melebih-lebihkan serta mengurangi suatu cerita atau informasi.

Sedangkan variabel bebas penelitian ini adalah bias konfirmasi yaitu kecenderungan untuk mencari informasi yang hanya sesuai dengan keyakinan atau gagasannya serta mengabaikan, dan membuang

pernyataan yang bertolak belakang atau berbeda dengan opininya.

Subyek Penelitian

Subyek penelitian diambil dengan teknik *purposive sampling* yaitu peneliti menentukan sampel dengan cara menetapkan ciri-ciri khusus yang sesuai dengan tujuan penelitian. Dalam penelitian ini kriteria atau ciri-ciri pengambilan sampel oleh peneliti adalah generasi millennial yaitu generasi yang tahun kelahirannya antara tahun 1980-an hingga 2000-an, dimana menurut Eko Nugroho (2016) generasi millennial adalah generasi yang paling rentan terhadap bahaya *hoax* atau berita bohong (Kemkominfo, 09/01/2017). Sampel dalam penelitian ini juga harus tergabung dalam organisasi PMII dan mereka adalah pengguna sosial media. Dalam penelitian ini peneliti mengambil 10% dari jumlah populasi yang berjumlah 800 anggota yaitu 80 anggota PMII Pasuruan.

Instrument Penelitian

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini yakni

menggunakan metode skala psikologi model Likert. Pada penelitian ini, skala yang diajukan ada dua, yakni skala perilaku berbohong (Y) dan skala bias konfirmasi (X). Skala perilaku berbohong terdiri dari 34 item pernyataan yang menggambarkan 3 karakteristik dari perilaku berbohong yaitu: (1) menyembunyikan informasi; (2) menghilangkan informasi; (3) memalsukan.

Sedangkan skala bias konfirmasi terdiri dari 25 item pernyataan yang menggambarkan 3 karakteristik dari bias konfirmasi yaitu: (1) mencari informasi; (2) membangun keyakinan; (3) mengabaikan pendapat yang berbeda.

Prosedur skoring dari skala ini adalah dengan mengkombinasikan semua skor pada semua item, skor tertinggi menunjukkan perilaku berbohong dan sikap bias konfirmasi tertinggi. Skala perilaku berbohong mempunyai reliabilitas 0.883, dan skala bias konfirmasi mempunyai reliabilitas 0.80. sedangkan validitas dari kedua skala ini adalah validitas isi, dimana selama konstruksi skala, item yang dipilih ialah item-item yang

mencerminkan perilaku berbohong dan bias konfirmasi pada umumnya dengan indeks berkisar antara 0.31-0.6.

Metode Penelitian

Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, yang menekankan analisis pada data-data kuantitatif (angka) yang dikumpulkan melalui prosedur pengukuran serta diolah dengan metode analisis statistika (Azwar, 2017). Penelitian yang akan dilakukan ini menggunakan pendekatan kuantitatif Regresi dengan satu prediktor. Analisis regresi digunakan untuk mengetahui bagaimana variabel dependen atau kriteia dapat diprediksikan melalui variabel independen atau variabel prediktor, secara individual.

Analisis Data

Penelitian ini menggunakan teknik *Analisis Regresi Linear Satu Prediktor* karena hanya menggunakan satu variabel X, teknik ini digunakan untuk: (1) Memberi dasar untuk mengadakan prediksi; (2) Memberi

dasar untuk masuk ke pembahasan tentang analisis kovarians.

Dalam analisis Regresi ada beberapa tugas pokok yang harus dipenuhi antara lain:

1. Mencari korelasi antara kriterium dengan prediktor
2. Menguji apakah korelasi itu signifikan ataukah tidak dengan cara dikonsultasikan dengan table r (r-tabel)
3. Mencari persamaan umum (garis regresinya)
4. Menemukan sumbangan relatif antara sesama prediktor, jika lebih dari satu.

Langkah-langkah dalam menganalisa data pada penelitian ini dengan menggunakan analisa regresi adalah sebagai berikut:

- a. Menghitung Korelasi Antara Kriterium dan Prediktor

Rumusnya sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{\sum xy}{\sqrt{(\sum x^2) (\sum y^2)}}$$

Keterangan:

r_{xy} = Koefisien korelasi

$\sum xy$ = Jumlah perkalian X dan Y

$\sum x^2$ = Jumlah kuadrat X

$\sum y^2$ = Jumlah kuadrat Y

- b. Menghitung Koefisien Determinan

Rumusnya sebagai berikut:

$$R^2_{xy} = (r_{xy})^2 \times 100\%$$

- c. Menghitung Dan Membuat Persamaan Garis Regresi

Rumus untuk menghitung Analisis Regresi adalah sebagai berikut:

$$Y = aX + K$$

Keterangan:

Y = Kriterium

a = Bilangan koefisien prediktor

X = Prediktor

K = Bilangan konstanta

- d. Menghitung Analisa Varians Regresi Dengan Menggunakan Rumus Skor Kasar Dengan Satu Prediktor

Analisa varians regresi satu prediktor dengan menggunakan skor kasar dapat dilihat pada tabel 1.

Tabel 1. Tabel Regresi Satu-Prediktor dengan Rumus Kasar

Sumber Variasi	Db	JK	RK	Freg
Regresi (reg)	1	$a \sum XY + K \sum Y - \frac{(\sum Y)^2}{N}$	JKreg/dbreg	$\frac{RKreg}{RKres}$
Residu (res)	N - 2	$\sum Y^2 - a \sum XY - K \sum Y$	JKres/dbres	-
Total (T)	N - 1	$\sum Y^2 - \frac{(\sum Y)^2}{N}$	-	-

Adapun tingkat signifikansi menurut Kaidah Uji Hipotesa Alternatif Penelitian (KUHP) konvensional adalah sebagai berikut:

1. Jika $F_{reg} \geq F_{tabel 1\%}$ dinyatakan valid

2. Jika $F_{reg} \geq F_{tabel 5\%}$ atau $F_{tabel 5\%} \leq F_{hitung} < F_{tabel 1\%}$ dinyatakan signifikan

3. Jika $F_{reg} < F_{tabel 5\%}$ dinyatakan non signifikan.

Tabel 2. Perumusan Menurut KUHP

No	Kondisi Statistik	Lap. Komputer	Taraf Signifikan
1	$Sh/So > Sr 1\%$	$p < 0.01$	Sangat Signifikan
2	$Sh/So > Sr 5\%$	$p < 0.05$	Signifikan
3	$Sh/So < Sr 5\%$	$p > 0.05$	Non Signifikan

Hasil

Penelitian ini mengenai pengaruh bias konfirmasi terhadap perilaku berbohong dilaksanakan dengan 80 anggota PMII Aktif. Berikut deskripsi dari hasil penelitian. Dari hasil perhitungan menggunakan analisis regresi linear satu predictor diperoleh nilai r-hitung sebesar 0.10222 dan hasil ini

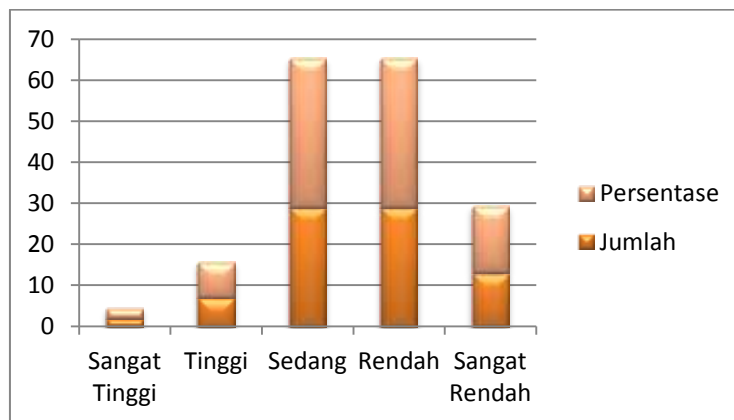
dinyatakan tidak signifikan karena r-hitung lebih kecil dari r-tabel 1% yang sebesar 0.286. Dari 80 anggota organisasi PMII, data yang dihasilkan melalui perhitungan standar norma deviasi diperoleh 5 kategori kelompok yaitu Sangat tinggi, Tinggi, Sedang, Rendah dan Sangat rendah, yang disajikan dalam tabel di bawah ini:

Tabel 3. Data Perilaku Berbohong Berdasarkan Kriteria

Nilai	Kategori	Jumlah	Persentase
$84.995 < X$	Sangat Tinggi	2	2.50%
$73.67 < X \leq 84.995$	Tinggi	7	8.75%
$62.33 < X \leq 73.67$	Sedang	29	36.25%
$51 < X \leq 62.33$	Rendah	29	36.25%
$X \leq 51$	Sangat Rendah	13	16.25%

Berdasarkan tabel diatas, maka dapat dilihat bahwa sebagian besar responden melakukan perilaku berbohong yang tergolong sedang dan sebagian yang lain berada dalam

kategori rendah. Hal ini ditunjukkan dengan hasil persentase tertinggi sebesar 36.25%. untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada diagram persentase berikut ini:



Gambar 1. Diagram Penilaian Perilaku Berbohong Berdasarkan Kriteria

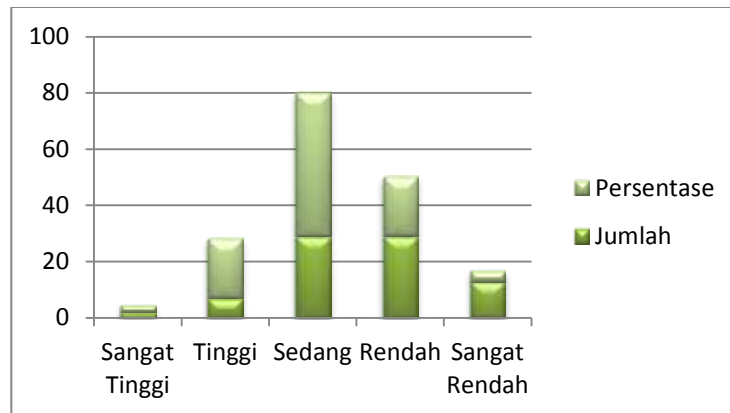
Tabel 4. Data Bias Konfirmasi Berdasarkan Kriteria

Nilai	Kategori	Jumlah	Persentase
$62.47 < X$	Sangat Tinggi	2	2.5%
$54.16 < X \leq 62.47$	Tinggi	7	21.25%
$45.9 < X \leq 54.16$	Sedang	29	51.25%
$37.5 < X \leq 45.9$	Rendah	29	21.25%
$X \leq 37.5$	Sangat Rendah	13	3.75%

Berdasarkan tabel diatas, maka dapat dilihat bahwa sebagian besar responden melakukan bias konfirmasi

yang tergolong sedang. Hal ini ditunjukkan dengan hasil persentase responden tertinggi sebesar 51.25%

untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada diagram persentase berikut:



Gambar 2. Diagram Penilaian Bias Konfirmasi Berdasarkan Kriteria

Dari hasil perhitungan menggunakan *analisis regresi linear satu predictor* diperoleh nilai r-hitung sebesar 0.10222 dan hasil ini dinyatakan tidak signifikan karena r-hitung lebih kecil dari r-tabel 1% yang sebesar 0.286.

Tabel 5. Hasil Ringkasan Analisis Regresi

Sumber Variasi	Db	JK	RK	Freg	Ftab 1%
Regresi (reg)	1	439330.8158	439330.8158	-1.018	6.97
Residu (res)	78	-431256.9283	-431334.9283		
Total (T)	79	8073.8875			

Dari hasil uji analisis satu Prediktor diperoleh Freg sebesar -1,018 dengan db 1 lawan 78 diperoleh F-tabel 1% sebesar 6,97. Jadi F-hitung < F-tabel 1% sehingga hasil penelitian dinyatakan non signifikan. Artinya tidak ada pengaruh Bias Konfirmasi (X) terhadap Perilaku Berbohong (Y) pada anggota PMII di Pasuruan. Dengan demikian

hipotesa yang berbunyi ada pengaruh Bias Konfirmasi terhadap Perilaku Berbohong, ditolak.

Diskusi

Dengan kondisi lingkungan yang berbeda, maka berbeda pula pengamatan dan pengalaman yang diterima oleh individu, banyak faktor

yang mempengaruhi perilaku berbohong pada seseorang, akan tetapi dari perhitungan statistik menunjukkan bahwa antara bias konfirmasi dengan perilaku berbohong tidak ada korelasi yang signifikan.

Perilaku berbohong bukan hanya dipengaruhi oleh bias konfirmasi saja melainkan banyak faktor lain yang dapat mempengaruhi seseorang berbohong. Hal ini juga dibahas oleh Quattrocchi & Bessi (*Washington Post*, 2016) bahwa sebenarnya bias konfirmasi adalah kecenderungan alami dalam otak manusia. Hanya saja media sosial yang memungkinkan seseorang dengan mudahnya mengkurasi konten sesuai apa yang mereka yakini, seolah memanjakan bias ini, artinya ketika tidak ada faktor dari luar yang memprovokasi maka bias konfirmasi tidak akan membuat seseorang untuk melakukan tindakan kebohongan. Sesuai seperti yang dikatakan oleh Francois Matarasso (2013) bahwa manusia mampu untuk mengendalikan pikiran mereka sendiri untuk tidak melakukan omong kosong.

Hal ini diperkuat oleh pernyataan psikolog *National institute of Mental*

Health dalam Novel (2014) bahwasanya kebohongan terjadi bukan hanya karena satu faktor melainkan banyak faktor yang mengakibatkan seseorang berbohong, diantaranya diakibatkan karena kurang percaya diri atau percaya diri rendah, mencari sensasi dan popularitas, menghindari tanggung jawab, gengsi atau pamer serta untuk menjaga harga diri, untuk menjaga harga diri agar tidak dihina maupun diremehkan orang lain, seseorang terkadang melakukan kebohongan, hal ini mengacu pada *self protection*, sama seperti alasan takut dimarahi atau disalahkan.

Melissa Grace (*Kompasiana*, 2018) juga memaparkan bahwa banyak faktor yang mempengaruhi seseorang untuk berbohong, diantaranya untuk lari dari tanggung jawab, untuk meningkatkan *image* atau konsep diri, untuk memperoleh pengakuan sosial atau membentuk impresi dari orang lain, atau berbohong sudah merupakan kebiasaan untuk meningkatkan perasaan berharga terhadap diri sendiri, dalam hal ini subyek menyadari bahwa ia berbohong namun tidak sanggup menghentikan kebiasaannya.

Menurut G. Stanley Hall dalam Hamka (2017) kebohongan juga dapat dipengaruhi oleh faktor penyakit kebohongan, dimana orang semacam ini butuh perhatian dengan selalu melebih-lebihkan kata-kata sehingga orang tertarik mendengarnya dan kagum. Stanley juga mengatakan bahwa kesombongan dan keangkuhan menyebabkan perkataannya dilebih-lebihkan, agar orang tertarik kepadanya. Lebih lanjut Stanley menjelaskan bahwa kebohongan juga terjadi karena mementingkan diri sendiri. sebab pelaku dusta (pembongong) hanya mementingkan dirinya saja, hingga lupa akan sumbangsih dirinya untuk masyarakat. Segala kebiasaan buruk dan perangai busuk memudahkan tumbuhnya dusta untuk menyembunyikan dosa, atau karena takut akibatnya akan menimpa diri.

Hal itu juga sesuai dengan yang diungkapkan oleh Ferriani dalam Hamka (2017) bahwa ketakutan membawa seseorang berdusta (berbohong) karena mementingkan diri sendiri. mungkin jauh lebih hina, dan itu merupakan bohong rendah, bohong hina dan bohong karena kelemahan.

Rasa takut tersebut juga membawanya kepada bohong karena mempertahankan kehormatan, dusta meniru-niru, dusta sombong atau dusta karena ingin mendapat apa-apa dari orang lain. mungkin juga membawanya berdusta karena malas. Namun, sedikit sekali membawanya berdusta karena cemburu, dengki, dan dendam. Ferriani juga mengungkapkan bahwa keinginan menyebabkan seseorang berdusta (berbohong) karena cinta atau benci.

Buller dan Burgoon dalam Morissan (2013) juga mengatakan bahwa orang seringkali menghadapi situasi dimana mereka harus berbohong dikarenakan menghindari diri dari menyakiti atau menyinggung orang lain, untuk menekankan kehebatan diri (sombong), menghindari konflik, atau mempercepat atau memperlambat hubungan. Morissan (2013) juga menjelaskan faktor yang mempengaruhi proses kebohongan adalah level motivasi dan keahlian untuk berbohong. Ketika motivasi untuk berbohong tinggi maka keinginan untuk berbohong melebihi kecemasan untuk ketahuan. Morissan juga menambahkan bahwa sebagian orang lebih ahli berbohong

dari yang lainnya karena mereka dapat berperilaku secara lebih luas, dengan kata lain mereka lebih dapat berakting atau bersandiwara. Hal tersebut diperkuat dengan penelitian yang dilakukan oleh Semrad, Paterson, & Maccann (2015) yang memaparkan bahwa semakin banyak motivasi untuk berbohong, maka semakin kuat dan semakin sering pula penipuan terjadi.

Dalam Novel (2014) dijelaskan bahwa berbohong juga dilakukan untuk mendapatkan tujuan yang baik, hal ini disebut *white lies*. Misal seorang anak yang memperlihatkan gambarnya kepada ibunya, ibunya pun berkata gambar itu bagus, meskipun pada kenyatannya gambar anak tersebut berantakan. Tetapi demi meningkatkan kepercayaan diri sang anak, ibunya berbohong. Dan menurut Psikolog Bella DePaulo dari University of California-Santa Barbara, hal ini masuk akal, dapat diterima, dan etis.

Sedangkan dalam penjelasan Gani (2016) kebohongan bisa terjadi dari faktor karakter, orang-orang yang penghindar (*Avoidant People*) cenderung berbohong agar bisa melindungi privasinya dari kekasihnya. Orang-

orang yang pecemas (*Anxious People*) cenderung berbohong agar bisa menjaga ikatan cinta dengan kekasihnya. Orang ekstrovert lebih sering berbohong dari pada orang-orang introvert, karena kebutuhan mereka untuk bersosialisasi dan diakui di lingkungan sosial (Kashy & DePaulo, 1996; Weiss & Fieldman, 2006).

Sedangkan dalam penjelasan Gani (2016) kebohongan bisa terjadi dari faktor karakter, orang-orang yang penghindar (*Avoidant People*) cenderung berbohong agar bisa melindungi privasinya dari kekasihnya. Orang-orang yang pecemas (*Anxious People*) cenderung berbohong agar bisa menjaga ikatan cinta dengan kekasihnya. Orang ekstrovert lebih sering berbohong dari pada orang-orang introvert, karena kebutuhan mereka untuk bersosialisasi dan diakui di lingkungan sosial (Kashy & DePaulo, 1996; Weiss & Fieldman, 2006).

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh, hipotesa peneliti ditolak, tidak ada korelasi yang signifikan, dimana bias konfirmasi tidak

berpengaruh terhadap perilaku berbohong. Jadi banyak faktor yang mempengaruhi perilaku berbohong, diantaranya karena menjaga harga diri, kepercayaan diri yang rendah, menghindari tanggung jawab serta faktor karakter seseorang maupun faktor kepribadian.

Saran

Karena anggota PMII terbukti mampu menyaring informasi yang datang serta dapat membentengi diri dari informasi yang mengandung kebohongan atau *Hoax*. Maka hal itu perlu diperkuat dengan cara para kader PMII dapat melakukan forum diskusi untuk mengkaji beberapa fenomena-fenomena atau isu-isu terkini yang dimasukkan dalam agenda mingguan maupun bulanan. Selain itu saat menjumpai kabar atau berita di media sosial yang bersifat singpangsiur, bernada provokatif dan berisi ujaran kebencian serta meresahkan, anggota PMII bisa menyampaikan keluhan yang tersedia di setiap platform media sosial, selain dapat membentengi diri kita dari berita bohong hal ini juga mampu

mengurangi penyebaran berita bohong atau *hoax*.

Referensi

- Abdulwaly, C. (2015). *Hati-Hati Dalam Berprasangka*. Jakarta: Abdulwaly.
- Assad, M. (2017). *Breakthrough*. Jakarta: Gramedia
- Aunillah, I. N. (2011). *Membaca Tanda-Tanda Orang Berbohong*. Jogjakarta: laksana
- Azwar, S. (2017). *Metode Penelitian Psikologi Edisi 11*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Basyaib, F. (2006). *Teori Pembuatan Keputusan*. Jakarta: Grasindo
- Blount, J. (2017). *Sales SQ How Ultra High Performers Leverage Sales Specific Emotional Intelligence to Close The Complex Deal*. Jakarta: Gramedia
- Ekman, Paul. (2009). *Mendeteksi Kebohongan*. Yogyakarta: Pustaka Buku
- Gani, H. (2016). *Mendeteksi Kebohongan*. Jakarta: Mediakita
- Gilovich, T. (1993). *How We Know What Isn't So: The Fability Of Human Reason In Everyday Life*. New York: The Free Press.
- Gunawan, B. & Ratmono. (2018). *Kebohongan di Dunia Maya*. Jakarta: Gramedia
- Hamka. (2017). *Bohong Di Dunia*. Jakarta: Gema Insani.

- Matarasso, F. (2013). Lying for Truth. *The Bush Theatre*, 1(11/13): 1-3
- Morissan. (2013). *Psikologi Komunikasi*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Myrvang, M. (2017). *Bullying Confirmation Bias Tunnel Vision*. Norway: Ehandbooks.
- Novel, S. S. (2014). *Super Handbook For Perfect Lie Detector*. Jakarta: Grasindo
- Novia, A. (2014). *Aspek Bias Dalam Pengambilan Keputusan Pembelian Produk Asuransi Jiwa (Studi Empiris Pada Pegawai Akademik UKSW [Skripsi tidak diterbitkan]*. Salatiga: Universitas Kristen Setya Wacana.
- Ronson, J. (2013). Confirmation Bias: After I learned about Confirmation Bias, I started seeing it everywhere, (Online), <https://www.academia.edu/people/search?utf8=%E2%9C%93&q=confirmation+bias> (diakses 4 april 2013)
- Sopian. (2016). *Public Relations Writing*. Jakarta: Gramedia Widiasarana.
- Sulistiawan, D. (2015). Reaksi Asimetri atas Sinyal Beli dan Jual Analisis Teknik: Pengujian Bias Konfirmasi Sebelum Pengumuman Laba. *Jurnal Keuangan dan Perbankan*, 19(3), 400-408.
- Wade, C. & Tavriss, C. (2007). *Psikologi Jilid 2 Edisi Kesembilan*. Jakarta: Erlangga.