

## **BAB 1**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang**

Menurut (Rahadi, 2017) hoaks adalah usaha untuk menipu atau mengakali pembaca dan pendengar untuk mempercayai sesuatu, padahal sang pencipta berita palsu tersebut tahu bahwa berita tersebut adalah palsu. Menurut Akhrani dalam (Putra. F. & Patra. H, 2023) fenomena penyebaran hoaks dalam pemilu menunjukkan adanya kelemahan dalam sistem pendidikan politik di Indonesia. Selain itu, hoaks dan disinformasi telah menjadi tantangan serius bagi sistem demokrasi, termasuk dalam pelaksanaan pemilu. Dalam konteks pemilu, hoaks merupakan bentuk manipulasi informasi yang digunakan untuk mempengaruhi opini publik, merusak reputasi lawan politik, dan membentuk narasi palsu demi kepentingan elektoral tertentu (Allcot & Gentzkow, 2021). Penyebaran konten hoaks ini terjadi Akses mudah terhadap media sosial tanpa adanya struktur pengawasan yang efektif untuk menangkal hoaks memungkinkan informasi palsu menyebar dengan cepat, yang berdampak pada opini pemilih dan mempertegas polarisasi di masyarakat (Hadyan, 2025).

Menurut Utami dalam (Ratri et al., 2020:55) hoaks sendiri merupakan serangkaian informasi yang sengaja diciptakan untuk mengecoh pihak lain dengan menutup-nutupi atau memanipulasi fakta atau bahkan mengarang informasi yang salah. Sedangkan propaganda menurut Lasswell menggambarkan pengelolaan opini dan sikap melalui manipulasi langsung. Namun definisi negatif memberikan

kejelasan analitis yang terbatas, karena istilah tersebut sering digunakan hanya untuk mengabaikan sudut pandang lawan, sedangkan menurut Taylor propaganda sebagai sebuah proses di mana sebuah ide atau pendapat dikomunikasikan kepada orang lain untuk tujuan persuasif tertentu (Chernobrov, 2022)

Sejumlah negara telah mengalami dampak destruktif dari hoaks dalam pemilu. Misalnya, dalam pemilu Presiden Amerika Serikat tahun 2016, penyebaran disinformasi melalui media sosial diketahui turut mempengaruhi preferensi pemilih (C. E. Tandoc et al., 2020). Begitu pula di India dan Brasil, hoaks digunakan sebagai alat propaganda politik yang menyebar cepat melalui platform digital seperti WhatsApp dan Facebook (Huges, 2020). Hal ini menandakan bahwa dalam lanskap politik kontemporer, perang informasi menjadi medan tempur baru yang tidak kalah berbahaya dibandingkan dengan kekuatan fisik atau ekonomi (Resende, 2019).

Fenomena serupa juga terjadi di Indonesia. Pemilu 2014 menjadi titik balik ketika hoaks politik digunakan secara terstruktur untuk menyerang karakter dan latar belakang kandidat tertentu. Salah satu hoaks terkenal adalah tuduhan bahwa Joko Widodo memiliki hubungan dengan Partai Komunis Indonesia (PKI) dan berdarah Tionghoa (MAFINDO, 2019). Informasi palsu ini menyebar luas dan menjadi alat delegitimasi politik yang kuat (C. E. Tandoc et al., 2020).

Pemilu 2019 memperlihatkan peningkatan drastis dalam produksi dan distribusi hoaks, terutama yang berkaitan dengan isu SARA, kriminalitas, dan ekonomi. Hoaks politik pada pemilu tersebut menyumbang 52% dari total hoaks nasional (MASTEL, 2017). Keberadaan hoaks dalam pemilu dapat merusak

kepercayaan publik dan memperburuk polarisasi sosial, hal ini diperkuat oleh riset Masyarakat Telematika Indonesia (MASTEL, 2019), yang mencatat bahwa 91,8% responden mengaku pernah menerima informasi hoaks terkait isu sosial politik menjelang pemilu.

**Gambar 1. 1 Persebaran Hoaks Tahun 2018-2023**

| Persebaran Hoaks (2018-2023) |             |               |                 |                                                              |
|------------------------------|-------------|---------------|-----------------|--------------------------------------------------------------|
| Tahun                        | Total Hoaks | Hoaks Politik | % Hoaks Politik | Keterangan                                                   |
| 2018                         | 997         | 488           | 49,94           | 80-an hoaks per-bulan                                        |
| 2019                         | 1221        | 644           | 52,0            | 100-an hoaks per-bulan                                       |
| 2020                         | 2298        | 700           | 30,5            | 190-an hoaks per-bulan; hoaks kesehatan sebanyak 843 (36,7%) |
| 2021                         | 1888        | 428           | 22,7            | 150-an hoaks per-bulan; hoaks kesehatan sebanyak 467 (24,7%) |
| 2022                         | 1698        | 549           | 32,3            | 140-an hoaks per-bulan; hoaks kesehatan 242 (14,3%)          |
| 2023                         | 2330        | 1292          | 55,5            | 200-an hoaks per-bulan; hoaks kesehatan 150 (6,4%)           |

**Sumber: Mafindo**

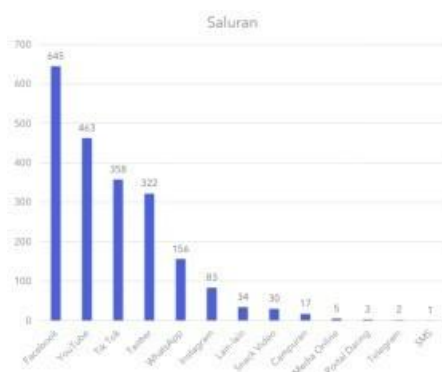
Berdasarkan data diatas, penyebaran hoaks justru meningkat signifikan pada tahun-tahun sebelum pelaksanaan pemilu, sebagaimana terlihat dalam data MAFINDO periode 2018–2023. Tahun 2020 mencatat total 2.298 hoaks, tertinggi dalam lima tahun terakhir, disusul oleh 2.330 hoaks pada tahun 2023. Walaupun bukan tahun pemilu, tahun-tahun ini diwarnai oleh krisis politik, pandemi, dan kontestasi elektoral awal yang memicu produksi narasi politik di ruang digital. Sebagai perbandingan, hoaks politik pada 2023 mencapai 1.292 kasus atau 55,5% dari total hoaks, lebih tinggi dari 644 kasus (52%) pada tahun pemilu 2019. Fenomena ini memperlihatkan bahwa penyebaran hoaks tidak hanya intensif saat pemilu berlangsung, tetapi juga meningkat tajam menjelang masa kampanye ketika suasana politik mulai memanas dan perhatian publik meningkat (MAFINDO, 2024)

Pemilu 2019 memperlihatkan peningkatan drastis dalam produksi dan distribusi hoaks, terutama yang berkaitan dengan isu SARA, kriminalitas, dan

ekonomi. Hoaks politik pada pemilu tersebut menyumbang 52% dari total hoaks nasional (MASTEL, 2019). (Juditha et al., 2024) menegaskan bahwa keberadaan hoaks dalam pemilu dapat merusak kepercayaan publik dan memperburuk polarisasi sosial. Jenis konten hoaks yang paling sering diterima oleh responden adalah dalam bentuk teks, yang mencapai 62,1 persen, diikuti oleh gambar sebanyak 37,5 persen, dan video yang 14 hanya 0,4 persen. Selain itu, mayoritas responden (62,8 persen) mengindikasikan bahwa aplikasi pesan instan menjadi saluran utama penyebaran berita hoaks, sementara 34,9 persen menyatakan menerima informasi tersebut melalui situs web, dan 8,7 persen melalui media televisi (MASTEL, 2017).

Dalam konteks politik modern, media sosial memiliki peran yang signifikan dalam membentuk persepsi publik tentang pemilu, kandidat serta isu-isu politik yang relevan. Topik berita politik sangat luas, mulai dari kebijakan, sikap politik pejabat negara (*action or inaction*), isu publik, konflik kepentingan, lembaga atau institusi politik, aktor politik hingga sistem politik secara keseluruhan (Ispandriano, 2014:19). Dalam berbagai kesempatan para kelompok pembenci, menggunakan situs web atau media sosial untuk membagikan ideologi dan propaganda, untuk menghubungkan ke situs lainya dan untuk merekrut anggota baru, menyokong kekerasan dan mengancam yang lain (Tarifu et al., 2017).

**Gambar 1. 2 Saluran Penyebaran Hoaks**



**Sumber: Mafindo**

Menjelang Pemilu 2024, tren penyebaran hoaks politik menunjukkan peningkatan signifikan, terutama melalui platform digital seperti TikTok, YouTube, Facebook, WhatsApp, dan X (Twitter). Berdasarkan data (Komite Litbang MAFINDO, 2023), pada Desember 2023 saja terdapat 97 kasus hoaks pemilu, yang mencapai 47,8% dari total hoaks pada bulan tersebut. Adapun saluran utama penyebaran hoaks adalah Facebook (645 kasus), disusul oleh YouTube (463 kasus) dan TikTok (358 kasus). Hal ini menunjukkan bahwa media sosial kini menjadi katalis utama dalam penyebaran hoaks, seiring meningkatnya jumlah pengguna dan preferensi publik terhadap konsumsi informasi visual serta algoritma personalisasi konten ((Bustami, 2024).

Hoaks yang semakin marak di era media sosial disebabkan oleh beberapa faktor struktural dan perilaku masyarakat dalam berinteraksi dengan informasi. Pertama, fenomena *post-truth* berkontribusi besar dalam penyebaran hoaks. Di era ini, emosi dan kepercayaan pribadi lebih berpengaruh daripada fakta objektif, yang menyebabkan orang lebih mudah menerima informasi berdasarkan perasaan

mereka tanpa verifikasi faktual yang memadai (Bustami, 2024). Kedua, perilaku informasi pengguna media sosial juga memperkuat penyebaran hoaks. Penelitian menunjukkan bahwa kebutuhan akan informasi yang cepat, sering kali dipenuhi dengan pencarian informasi yang pasif atau bahkan sekadar perhatian pasif, yang membuat orang tidak menyaring informasi secara kritis. Hal ini didukung dengan mudahnya akses pada berbagai sumber

Media sosial tidak hanya menjadi ruang penyebaran hoaks, tetapi juga mempercepat viralitasnya melalui fitur like, share, dan algoritma yang menampilkan konten berdasarkan ketertarikan pengguna. Fenomena post-truth, dimana opini lebih dominan daripada fakta, memperparah situasi (Lewandowsky et al., 2017). Pengguna media sosial cenderung membagikan informasi berdasarkan emosi dan keyakinan pribadi tanpa memverifikasi kebenarannya (Nurrahmi & Syam, 2020). Hal ini diperkuat oleh rendahnya literasi digital masyarakat Indonesia, yang menyebabkan mereka mudah terpengaruh dan ikut menyebarkan informasi yang belum tentu benar (Hobbs, 2020).

Dalam situasi tersebut, pemetaan hoaks menjadi sangat penting. Pemetaan hoaks memungkinkan identifikasi secara sistematis terhadap bentuk, isi, media, dan dampak hoaks yang tersebar selama masa kampanye. Penelitian ini berupaya mengisi celah yang masih ada dalam studi hoaks di Indonesia. Beberapa penelitian terdahulu seperti (Sosiawan. A. E. & Wibowo, 2019) telah menelaah kontestasi hoaks dalam pemilu dan perilaku pengguna media sosial terhadap hoaks. Namun, keduanya belum melakukan analisis pemetaan yang terstruktur terhadap jenis-jenis

propaganda digital berdasarkan teknik, struktur naratif, dan daya tarik pesan yang digunakan dalam konten hoaks.

Konten hoaks sengaja dibuat untuk menyebarkan propaganda fitnah atau pesan kebencian (hate speech) kepada seseorang atau instansi tertentu. Menurut (Sosiawan. A. E. & Wibowo, 2019) ada tiga alasan berita hoaks politik menjadi dominan disebarkan kepada masyarakat. Pertama, berita hoaks merupakan salah satu media yang ampuh untuk digunakan menjatuhkan dan menyerang lawan politik yang efektif. Kedua, pelaku atau pengunggah berita hoaks relatif sulit untuk diketahui dan dicari keberadaannya karena bekerja dan bertindak dalam ruang maya atau virtual. Ketiga, berita informasi hoaks mampu menyebar dengan cepat serta menjadi viral tanpa harus mengeluarkan biaya dan waktu yang besar dan lama.

Dengan mengetahui pola dan bentuk hoaks, langkah edukasi literasi media dapat dirancang secara lebih strategis. Mitigasi hoaks penting untuk menjaga integritas pemilu dan memperkuat kapasitas masyarakat dalam menyaring informasi. Sebagaimana dikemukakan oleh (Eriyanto, 2019:33) upaya pemetaan dalam analisis isi memungkinkan peneliti memahami tren komunikasi dan struktur pesan yang tersembunyi dalam arus informasi digital. Oleh karena itu, penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode analisis isi untuk memetakan narasi hoaks selama tahapan kampanye Pilpres 2024 berdasarkan data dari MAFINDO yang telah tersertifikasi oleh International Fact Checking Network (IFCN).

Dalam mengkaji dan mendukung penelitian ini, peneliti memanfaatkan beberapa jurnal yang lebih spesifik menganalisis penyebaran hoaks di media sosial. Pada penelitian yang dilakukan (Sosiawan. A. E. & Wibowo, 2019), hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa lokus penyebaran berita hoaks berada pada media sosial seperti Facebook dan WhatsApp. Berita hoax politik pilpres 2019 bersifat berantai dan memproduksi ulang berita hoaks yang pernah ada sebelumnya pada pilpres 2014. Sasaran yang dituju oleh kontestasi berita hoaks adalah capres 2019 serta pemerintah pusat. Penajaman berita hoaks sangat ampuh dengan menggunakan media sosial dan mengarah pada kebencian antargolongan. Penelitian ini memberikan rekomendasi kepada pemerintah agar aktif mengedukasi mengenai literasi media untuk semua golongan masyarakat agar selektif dalam menerima pesan.

Jika peneliti sebelumnya meneliti hoaks di media sosial, penelitian yang dilakukan (Rahadi, 2017) lebih berfokus pada perilaku pengguna dan informasi hoaks di media sosial. Hasil dari penelitian ini menunjukkan penerima hoaks cukup kritis dalam menerima informasi hoaks, Pencegahan kuatnya arus informasi hoaks dapat dilakukan dengan meningkatkan literasi masyarakat melalui peran aktif pemerintah, pemuka masyarakat dan komunitas, menyediakan akses yang mudah kepada sumber informasi yang benar atas setiap isu hoaks, melakukan edukasi yang sistematis dan berkesinambungan serta tindakan hukum yang efektif bagi penyebarannya (Hobbs, 2020:1).

Penelitian terdahulu tentang penyebaran hoaks dalam pemilu, seperti yang dilakukan oleh (Sosiawan. A. E. & Wibowo, 2019) dan (Rahadi, 2017), telah memberikan kontribusi yang signifikan dalam memahami fenomena hoaks di media sosial, namun keduanya masih memiliki beberapa kelemahan dan keterbatasan yang relevan untuk ditelaah lebih lanjut. Kedua penelitian ini memiliki fokus berbeda yang saling melengkapi, namun terdapat beberapa aspek yang belum tergali secara komprehensif, terutama terkait analisis mendalam mengenai platform media sosial serta kategori dan pola isi hoaks yang berkembang dari waktu ke waktu. Oleh karena itu, celah-celah yang ada membuka peluang untuk penelitian lebih mendalam dalam pemetaan hoaks, khususnya dalam konteks Pilpres 2024.

Penelitian ini berbeda karena memadukan pendekatan kuantitatif melalui analisis isi terhadap konten-konten hoaks selama tahapan kampanye Pilpres 2024, dan berfokus pada enam platform media sosial. Dengan menggunakan coding sheet yang mencakup indikator teknik propaganda (Cangara, 2011:35), daya tarik pesan (Kriyantono, 2020:45), struktur naratif (Bal Mieke, 2009), dan struktur pesan, penelitian ini bertujuan memetakan secara sistematis terkait persebaran hoaks politik selama masa tahapan pencalonan sampai batas akhir masa kampanye pilpres 2024.

Urgensi dari penelitian ini juga terletak pada upaya mitigasi hoaks. Hoaks bukan hanya bentuk gangguan informasi, tetapi berpotensi merusak tatanan demokrasi dengan memecah belah masyarakat, merusak kepercayaan publik terhadap proses pemilu, dan menciptakan ketegangan sosial. Dengan melakukan

pemetaan hoaks, aktor-aktor demokrasi seperti pemerintah, media, dan masyarakat sipil dapat mengembangkan strategi literasi digital dan kebijakan publik yang berbasis data. Selain itu, hasil penelitian ini dapat digunakan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap risiko hoaks serta memperkuat kapasitas kritis dalam mengonsumsi informasi politik.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Bagaimana pemetaan hoaks propaganda selama pemilu 2024 terhadap kandidat pilpres di media sosial (Facebook, YouTube, Instagram, TikTok, WhtsApp dan Twiter?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan Latar belakang masalah dan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini bertujuan untuk memetakan kategori dan pola penyebaran hoaks di berbagai platform media sosial, seperti Facebook, YouTube, Instagram, WhatsApp, TikTok, dan X, guna mendapatkan wawasan komprehensif tentang variasi jenis hoaks dan kontribusi tiap platform dalam proses penyebarannya. Selain itu, penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi tema utama dan narasi dominan yang digunakan dalam hoaks Pilpres 2024.

## **1.4 Batasan Penelitian**

Metode penelitian yang dipakai adalah analisis isi dengan pendekatan kuantitatif. Objek yang diteliti adalah narasi hoaks terhadap kandidat pilpres 2024. Sedangkan subjek pada penelitian ini adalah konten di media media sosial (Facebook, YouTube, Instagram, WhatsApp, TikTok dan X), dengan penelitian

yang dibatasi pada masa kampanye yaitu periode 28 November sampai 10 Februari 2024.

### **1.5 Manfaat Penelitian**

Hasil dari penelitian ini diharapkan berguna dan bermanfaat mulai dari segi teoritis, segi praktis hingga segi manapun. Sehingga penelitian ini dapat bermanfaat bagi semua individu yang sekiranya terlibat dalam penelitian ini. Manfaat tersebut, yaitu

#### **1.5.1 Manfaat Akademis**

Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya literatur ilmiah mengenai hoaks politik dan fenomena propaganda selama masa kampanye pemilu, khususnya dalam konteks Indonesia dan media sosial. Hasil penelitian ini dapat digunakan oleh akademisi untuk memahami lebih dalam tentang dinamika penyebaran hoaks dan peran media sosial dalam pemilu.

#### **1.5.2 Manfaat Teoritis**

Penelitian ini dapat mengembangkan model atau kerangka kerja untuk menganalisis hoaks dalam media sosial, dengan mempertimbangkan karakteristik masing-masing platform. Model ini bisa digunakan untuk penelitian lebih lanjut yang berfokus pada fenomena serupa di masa depan.

#### **1.5.3. Manfaat Sosial**

Penelitian ini akan membantu masyarakat lebih memahami bahaya penyebaran hoaks dalam kampanye politik, sehingga mendorong mereka untuk lebih kritis dalam mengonsumsi informasi di media sosial. Ini

berpotensi meningkatkan kesadaran literasi digital di kalangan pemilih,  
terutama selama masa kampanye yang rawan hoaks