

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Pemilihan Presiden (Pilpres) merupakan salah satu momen yang paling penting dalam konteks demokrasi di suatu negara. Dalam konteks Indonesia, Pilpres 2024 diharapkan menjadi pesta demokrasi yang berdampak signifikan bagi arah dan masa depan bangsa. Namun, dengan berkembangnya teknologi informasi dan media sosial, penyebaran informasi hoax atau palsu semakin meningkat, dan hal ini dapat membahayakan proses demokrasi.

Media berita online menjadi salah satu sumber utama informasi selama masa kampanye Pilpres. Namun, informasi yang beredar di media berita online tidak selalu dapat dipercaya. Dalam konteks Pilpres 2024, masyarakat Kecamatan Pangalengan menjadi salah satu yang memiliki peran penting dalam menentukan masa depan negara. Oleh karena itu, penting untuk memahami persepsi masyarakat terhadap informasi hoax yang berkaitan dengan Pilpres 2024 di media berita online.

Persepsi masyarakat terhadap informasi hoax dapat mempengaruhi cara pandang dan perilaku mereka dalam mengambil keputusan politik. Penyebaran informasi hoax dapat mempengaruhi persepsi masyarakat terhadap kandidat dan partai politik tertentu, sehingga dapat memengaruhi hasil Pilpres dan integritas demokrasi.<sup>1</sup>

Masyarakat percaya bahwa pemberitaan media massa cenderung menggiring opini masyarakat ke arah tertentu baik itu positif maupun negatif. Misalnya, media massa seringkali lebih banyak meliput calon tertentu daripada calon yang lain, atau memberikan opini yang bersifat subjektif dalam pemberitaannya. Hal ini dapat membuat masyarakat kurang

---

<sup>1</sup> Allcott, H., & Gentzkow, M. (2017). Social media and fake news in the 2016 election. *Journal of Economic Perspectives*, 31(2), 211–236.

objektif dalam menilai calon presiden dan wakil presiden. Namun, tidak semua masyarakat merasa bahwa pemberitaan media massa tidak objektif. Ada juga masyarakat yang percaya bahwa pemberitaan media massa cukup objektif dan dapat membantu masyarakat dalam memilih calon presiden dan wakil presiden yang terbaik untuk Indonesia kedepannya. Hal ini menjadi perdebatan karena tidak semua media massa dapat memberikan pemberitaan yang obyektif dan netral. Pemberitaan yang tidak obyektif dan netral dapat mempengaruhi persepsi masyarakat tentang calon presiden dan partai politik yang akan bertarung dalam Pilpres.

Selain pemberitaan di media massa masyarakat mempercayai bahwa adanya permainan uang dalam pemilu seperti pilpres, yang dimana dapat memengaruhi pemberitaan media massa, calon presiden dan wakil presiden yang memiliki banyak uang bisa saja mendapat lebih banyak pemberitaan positif. Hal ini dapat membuat masyarakat kurang percaya dengan pemberitaan media massa, dan cenderung lebih memilih calon presiden dan wakil presiden yang kurang dikenal.

Masyarakat yang memandang positif terhadap pengaruh uang dalam Pilpres 2024. Mereka percaya bahwa calon presiden dan wakil presiden yang memiliki banyak uang dapat membuktikan kemampuan mereka dalam memimpin negara. Selain itu, pengaruh uang juga dapat membantu calon presiden dan wakil presiden dalam memenangkan Pilpres 2024.<sup>2</sup>

Beberapa faktor dapat mempengaruhi persepsi masyarakat terhadap pemberitaan media massa adalah sumber berita, kepentingan politik, dan kepentingan bisnis. Sumber berita yang tidak jelas dapat menimbulkan keraguan masyarakat terhadap kebenaran berita yang disampaikan. Kepentingan politik dari pihak tertentu dapat mempengaruhi isi pemberitaan dan mengarahkan persepsi masyarakat sesuai dengan kepentingan tersebut. (Salma & Sobur, 2020) Kepentingan bisnis juga dapat mempengaruhi isi

---

<sup>2</sup> Salma, K., & Sobur, A. (2020). Independensi Media dalam Pemberitaan Pilpres di Media Massa Online. *Prosiding Jurnalistik*, 82–83.

pemberitaan karena media massa harus memperhatikan pendapatan dari iklan yang ditempatkan di media tersebut.

Dalam rangka mengatasi persepsi masyarakat yang kurang objektif terhadap pemberitaan media massa menjelang Pilpres 2024, perlu dilakukan upaya untuk meningkatkan literasi media masyarakat. Masyarakat perlu diajarkan bagaimana cara memilah informasi yang benar dan objektif dari media massa. Selain itu, perlu juga dilakukan upaya untuk meningkatkan transparansi dan akuntabilitas dalam pemberitaan media massa.<sup>3</sup>

Peningkatan penyebaran informasi yang tidak akurat akhir-akhir ini dapat mengakibatkan perpecahan, ketidakstabilan dalam politik, dan ancaman terhadap keamanan. Hal ini disebabkan oleh berita hoax yang cenderung mudah tersebar di era informasi terbuka di Indonesia saat ini, dan memiliki potensi yang signifikan dalam memengaruhi pandangan masyarakat. Presiden Joko Widodo telah mengambil perhatian serius terhadap fenomena ini. Saat merayakan Hari Pers Nasional di Ambon, Provinsi Maluku, Presiden telah mengajak semua pihak untuk bersama-sama berkolaborasi dalam upaya membersihkan situasi dan menghentikan penyebaran informasi hoax dan tuduhan yang dapat memicu perpecahan dalam masyarakat, khususnya melalui platform media sosial.

Berdasarkan beberapa alasan maka, Masyarakat Telematika Indonesia telah melaksanakan sebuah studi untuk mendalami pandangan masyarakat terhadap isu berita hoax, penyebaran berita hoax, pengelompokan berita hoax, dan implikasinya di tingkat nasional. Masyarakat Telematika Indonesia berperan sebagai wadah bagi berbagai pihak yang terlibat dalam industri Telekomunikasi, Teknologi Informasi, Komunikasi, dan Penyiaran.

Proses penelitian dilaksanakan secara daring dan melibatkan partisipasi dari 1.116 responden yang berasal dari berbagai kelompok usia. Kelompok usia tersebut mencakup 25-40 tahun (47,80%), di atas 40 tahun

---

<sup>3</sup> Rosiq, Z. (2019). Persepsi Masyarakat Terhadap Pemberitaan Pilpres 2019-2024 Di Media Lokal Kendari Pos. *Convergence*, 1(1), 51–60.

(25,70%), 20-24 tahun (18,40%), 16-19 tahun (7,70%), dan di bawah 15 tahun (0,40%). Keseluruhan jumlah responden ini berhasil terkumpul dalam waktu 48 jam setelah publikasi pertama yang terjadi pada tanggal 7 Februari 2017. Melalui sejumlah pertanyaan dalam penelitian ini, data-data terkait pemahaman terhadap istilah "hoax," respons masyarakat terhadap berita palsu, format dan media penyebaran berita palsu, dampak berita palsu terhadap masyarakat, serta upaya penanggulangan berita palsu telah berhasil diperoleh.

Sebanyak 90,30% dari peserta penelitian merespon bahwa berita hoax adalah informasi yang disengaja untuk menyesatkan, 61,60% dari mereka mengidentifikasi berita hoax sebagai informasi yang memprovokasi, 59% melihatnya sebagai berita yang tidak tepat, 14% menjelaskan berita hoax sebagai cerita fiksi atau ramalan, 12% menyatakan bahwa berita hoax biasanya bertujuan untuk mencoreng pemerintah, dan hanya 3% menganggapnya sebagai berita yang tidak mereka sukai. Hanya 0,60% dari peserta penelitian mengaku tidak mengetahui definisi berita hoax. Lebih dari separuh peserta penelitian (54,10%) menyatakan bahwa ketidakjelasan sumber berita membuat 83,20% dari mereka langsung melakukan verifikasi kebenaran informasi tersebut atau segera menghapus dan mengabaikannya (15,90%). Hanya 1% dari peserta penelitian yang menyebutkan bahwa mereka cenderung langsung menyebarkan informasi hoax tersebut. Selain itu, 91,80% peserta penelitian mengungkapkan bahwa berita hoax terkait dengan isu sosial politik, termasuk Pemilihan Kepala Daerah dan pemerintah, adalah jenis berita hoax yang sering mereka temui di media sosial (92,40%). Aplikasi pesan seperti Line, Whatsapp, atau Telegram diakui sebagai saluran utama penyebaran berita palsu oleh 62,80% peserta penelitian. Di samping itu, situs web (34,90%), televisi (8,70%), media cetak (5%), email (3,10%), dan radio (1,20%) juga disebut sebagai jalur penyebaran berita hoax lainnya. Sedangkan sebanyak 96,6% responden juga berpendapat bahwa hoax dapat menghambat pembangunan.

Dapat dilihat pada gambar di bawah ini bagaimana presentase jenis hoax yang sering diterima masyarakat melalui media massa.



Gambar 1.1 Hasil Survei Masyarakat Telematika Indonesia (Mastel)

## B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana kondisi persepsi masyarakat Kecamatan Pangalengan terhadap informasi hoax yang berkaitan dengan Pilpres 2024 di media berita online?
2. Apa saja faktor yang mempengaruhi persepsi masyarakat tersebut?

## C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui kondisi persepsi masyarakat Kecamatan Pangalengan terhadap informasi hoax yang berkaitan dengan Pilpres 2024 di media berita online.
2. Untuk mengetahui apa saja faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi masyarakat terhadap informasi hoax pada pilpres 202 di media berita online.

## **D. Manfaat Penelitian**

### 1. Manfaat Teoritis

Untuk memberikan suatu hal yang bermanfaat terhadap perkembangan teori dalam bidang komunikasi, literasi media, dan pemahaman perilaku masyarakat terkait informasi hoax, khususnya dalam konteks Pilpres 2024 di media berita online.

### 2. Manfaat Praktis

Dalam penelitian diharapkan dapat membantu menciptakan lingkungan informasi yang lebih sehat dan meningkatkan kewaspadaan masyarakat terhadap potensi risiko informasi hoaks, terutama pada Pilpres 2024 di media berita online.

## **E. Kerangka Berpikir**

Persepsi masyarakat mengacu pada pandangan, sikap, keyakinan, dan penilaian kolektif dari anggota masyarakat terhadap suatu topik, isu, atau situasi tertentu. Ini mencerminkan bagaimana masyarakat secara keseluruhan mengenali, menafsirkan, dan merespons informasi atau peristiwa yang ada di sekitar mereka. Dimensi persepsi masyarakat dapat mempengaruhi perilaku dan tindakan mereka dalam berbagai konteks, termasuk dalam politik, ekonomi, sosial, dan budaya.

Beberapa dimensi penting dalam persepsi masyarakat meliputi:

1. **Pandangan dan Opini:** Bagaimana masyarakat melihat dan menilai suatu topik atau isu tertentu. Ini mencakup perspektif, pendapat, dan sikap yang dapat beragam di kalangan masyarakat.
2. **Pengetahuan:** Sejauh mana masyarakat memahami informasi yang relevan dengan topik tertentu. Pengetahuan yang lebih luas dapat mempengaruhi cara masyarakat merespons situasi atau isu tertentu.
3. **Keyakinan dan Nilai:** Keyakinan dan nilai-nilai yang dianut oleh masyarakat mempengaruhi cara pandang mereka terhadap berbagai hal. Hal ini dapat mencakup keyakinan agama, politik, atau nilai-nilai sosial budaya.

4. Emosi dan Sentimen: Bagaimana perasaan dan sentimen masyarakat terhadap suatu topik atau peristiwa. Emosi dapat mempengaruhi sejauh mana masyarakat merasa terlibat atau peduli terhadap isu tertentu.
5. Penerimaan atau Penolakan: Sejauh mana masyarakat menerima atau menolak informasi atau ide tertentu. Penerimaan atau penolakan ini dapat muncul sebagai tanggapan terhadap perubahan, kebijakan, atau gagasan tertentu.
6. Pengaruh Media dan Komunikasi: Bagaimana media massa dan komunikasi mempengaruhi persepsi masyarakat. Media dapat memainkan peran penting dalam membentuk pandangan dan opini masyarakat terhadap berbagai isu.
7. Ketidakpastian dan Ketidaktahuan: Tingkat ketidakpastian atau ketidaktahuan masyarakat terhadap suatu topik dapat mempengaruhi persepsi dan reaksi mereka terhadap isu tersebut.

Tanggapan atau respon, yang sering disebut sebagai impresi, jejak, atau rekaman, merujuk pada gambaran yang terpatrit dalam memori seseorang setelah melakukan pengamatan atau berimajinasi. Sebagian besar tanggapan berada di lapisan bawah sadar atau prasadar, dan muncul ke permukaan pikiran saat dibutuhkan. Tanggapan yang tertanam dalam alam bawah sadar sering dikenal sebagai "tersembunyi," sementara yang muncul dalam kesadaran disebut "sebenarnya" atau "aktual."

Pendapat, dalam pengertian sehari-hari, mengacu pada dugaan, perkiraan, sangkaan, anggapan, atau pendapat subjektif yang sering berhubungan dengan perasaan seseorang.

Ketika seseorang melakukan proses persepsi, mereka juga membuat penilaian tertentu tentang objek yang dipersepsikan. Proses persepsi mencakup elemen penilaian yang memungkinkan seseorang mengevaluasi kualitas dan keadaan internal suatu objek atau individu,

serta memberi kemampuan untuk berpikir dan memahami lebih mendalam.<sup>4</sup>



**Gambar 1.2 Kerangka Berpikir**

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
SUNAN GUNUNG DJATI  
BANDUNG

<sup>4</sup> Putra, F., & Patra, H. (2023). Analisis Hoax pada Pemilu : Tinjauan dari Perspektif Pendidikan Politik. 2, 95–102.



## F. Penelitian Terdahulu

Penelitian ini memuat dan melihat penelitian terdahulu yang relevan dengan apa yang sedang peneliti teliti saat ini, diantaranya:

1. Skripsi yang ditulis oleh Ira Afriani Samir (2018), Dalam studi yang berfokus pada Program Studi Jurnalistik yang berjudul "Tanggapan Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi Terhadap Berita Tidak Benar di Media Online," Masyarakat, khususnya mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi, dihimbau untuk selalu berhati-hati dalam mengidentifikasi sumber berita yang mereka konsumsi dan melakukan klarifikasi sebelum mereka mempercayainya. Tindakan ini bertujuan untuk mencegah mereka menjadi korban informasi yang salah.<sup>5</sup>

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pada respon kognitif mahasiswa memberikan respon yang tinggi, dengan jumlah rata-rata sebesar 79 dengan persentase (90.25%) dengan menggunakan tabulasi silang. Pada respon afektif mahasiswa menunjukkan respon yang negatif hal ini terbukti dengan jumlah rata-rata sebesar 67 dengan persentase (76.13%) dengan menggunakan tabulasi silang. Untuk pada bagian respon secara psikomotorik mahasiswa menunjukkan tindakan yang negatif terhadap informasi hoax di media berita online hal ini di tunjukkan dengan jumlah rata-rata sebesar 73 dengan persentase (83.5%) dengan menggunakan tabulasi silang.

Penelitian ini memiliki persamaan dalam menggunakan metode kuantitatif dan menggunakan subjek yang sama.

2. Jurnal yang ditulis oleh Berllin Ahnes Ovita Yanti, Farid Rusdi (2018), Dalam penelitian yang berjudul "Pengaruh Berita Tidak Benar Terhadap Persepsi Pembaca dalam Media Online (Studi Kasus: Pemberitaan Ratna Sarumpaet di Kumparan)", membahas mengenai perkembangan pesat teknologi yang telah menghadirkan banyak platform berita baru, termasuk media Kumparan, untuk memajukan industri digital di

---

<sup>5</sup> Samir, I. R. A. A., Jurnalistik, J., Dakwah, F., Komunikasi, D. A. N., Islam, U., & Alauddin, N.

Indonesia. Media ini mengklaim dirinya sebagai platform berita yang kolaboratif dan interaktif yang didasarkan pada inovasi dan teknologi terkini. Menurut informasi di situs mereka, Kumparan sangat memprioritaskan kredibilitas dan mematuhi prinsip-prinsip etika jurnalisme. Meskipun berpegang pada standar etika jurnalisme yang tinggi, ternyata masih banyak berita yang tidak benar (hoaks) yang terus meresahkan masyarakat. Meskipun fenomena berita hoaks mungkin relatif baru di Indonesia, sebenarnya memiliki sejarah tersendiri.<sup>6</sup>

Penelitian ini menunjukkan hasil uji validitas dari masing-masing variabel dinyatakan valid dengan nilai Corrected item-total correlation lebih dari 0.2 melalui perhitungan SPSS 16. R square 0,602 yang berarti kemampuan Variabel (X) Pemberitaan Ratna Sarumpaet dalam menjelaskan variabel (Y) persepsi sebesar 60,2% sedangkan sisanya diperoleh 39,8% adalah faktor lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini. Kesimpulan dari penelitian ini ialah adanya pengaruh persepsi terhadap pemberitaan ratna sarumpaet mengenai berita hoaks di media Kumparan.

Dalam penelitian ini terdapat persamaan pada penelitian penulis yaitu sama-sama menggunakan metode kuantitatif dan subjek yang sama.

3. Skripsi yang ditulis oleh Rian (2021), Dalam penelitian yang dilakukan oleh Program Studi Ilmu Komunikasi berjudul "Persepsi Masyarakat Desa Pinggir Terhadap Berita Tidak Benar dalam Media Online," masyarakat memiliki peran yang sangat penting dalam proses penyaringan informasi yang diperoleh dari media. Masyarakat diharapkan untuk menjadi individu yang waspada dan kritis terhadap semua informasi yang disajikan oleh media. Tidak semua informasi dianggap benar dan relevan secara otomatis. Ini dikarenakan pesan yang disampaikan oleh media juga dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk kepentingan finansial, pesan sponsor, dan investasi.

---

<sup>6</sup> Yanti, B. A. O., & Rusdi, F. (2019). Pengaruh Berita Hoaks Terhadap Persepsi Pembaca Media Online (Pemberitaan Ratna Sarumpaet di Media Kumparan). *Koneksi*, 2(2), 233.

Selanjutnya, media juga memegang tanggung jawab besar dalam menyampaikan pesan kepada masyarakat.

Hasil penelitian yang dilakukan tentang Persepsi Masyarakat Desa Pinggir Tentang Berita Hoax Pada Media Online didominasi oleh jawaban cukup baik dengan skor sebanyak 44 orang responden dengan persentase sebesar 44.70%. Kemudian disusul oleh kategori baik sebanyak 30 dengan persentase sebesar 30.5%, sedangkan pada kategori kurang baik sebanyak 25 responden dengan persentase 25.25%. Hal ini juga di dukung oleh hasil pengamatan di lapangan yang diketahui bahwa masyarakat secara umum mencari informasi terbaru untuk kepuasan keingintahuan mereka serta memberikan rasa perlindungan atas kejahatan yang diberitakan. Kebanyakan masyarakat langsung mempercayai informasi yang mereka temukan dan langsung menyebarkan informasi tersebut kepada teman-teman maupun keluarganya. Jika dilihat kemudahan tersebut diketahui bahwa masyarakat tidak memproses atau mengecek kebenaran dari informasi. Dalam penelitian ini terdapat persamaan pada penelitian penulis yaitu sama-sama menggunakan metode kuantitatif dan subjek yang sama.