

## **PERSEPSI PUBLIK DI INDONESIA MENGENAI BERITA HOAKS DI MEDIA SOSIAL**

**Danish Najwa Aliya**

Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Sultan Ageng Tirtayasa Serang; Jl. Raya Jakarta Km 4 Jl. Pakupatan, Panancangan Kota Serang, Banten, [najwaliyya1407@gmail.com](mailto:najwaliyya1407@gmail.com), 081283107701

**Nina Yuliana**

Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Sultan Ageng Tirtayasa Serang; Jl. Raya Jakarta Km 4 Jl. Pakupatan, Panancangan Kota Serang, Banten, [nina.yuliana@untirta.ac.id](mailto:nina.yuliana@untirta.ac.id), 08121991350

### **Abstrak**

Pada era digital yang saat ini semakin berkembang, media sosial telah menjadi platform utama yang digunakan masyarakat Indonesia untuk berinteraksi dan mendapatkan informasi. Namun, seiring dengan popularitasnya, media sosial juga menjadi lahan subur untuk penyebaran berita hoaks. Hoaks, atau informasi palsu yang sengaja dibuat, memberikan dampak serius terhadap persepsi publik, terutama menjelang Pemilu 2024. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif untuk mengidentifikasi dan menganalisis dinamika persepsi masyarakat Indonesia terhadap hoaks di media sosial. Berdasarkan analisis terhadap penelitian sebelumnya, hasil studi ini menunjukkan bahwa persepsi publik terhadap hoaks sangat beragam, dipengaruhi oleh literasi digital, tingkat pendidikan, dan pengalaman pribadi. Meskipun sebagian masyarakat dapat membedakan hoaks dari informasi yang valid, masih banyak yang rentan terhadap penyebaran hoaks tanpa verifikasi. Temuan ini menekankan pentingnya peningkatan literasi media di kalangan masyarakat Indonesia dan pengembangan strategi edukasi yang efektif untuk menangani penyebaran informasi palsu dalam konteks digital saat ini.

**Kata Kunci:** Hoaks, Media Sosial, Persepsi Publik.

### **Abstract**

*In the digital era which is currently increasingly developing, social media has become the main platform used by Indonesian people to interact and obtain information. However, along with its popularity, social media has also become fertile ground for the spread of hoax news. Hoaxes, or false information that is deliberately created, have a serious impact on public perception, especially ahead of the 2024 elections. This research uses a qualitative approach to identify and analyze the dynamics of Indonesian society's perception of hoaxes on social media. Based on analysis of previous research, the results of this study show that public perceptions of hoaxes vary greatly, influenced by digital literacy, education level and personal experience. Even though some people can distinguish hoaxes from valid information, there are still many who are vulnerable to spreading hoaxes without verification. These findings emphasize the importance of increasing media literacy among Indonesians and developing effective educational strategies to address the spread of false information in today's digital context.*

**Keywords:** Hoax, Social Media, Public Perception.

### **PENDAHULUAN**

Media sosial telah menjadi salah satu bagian penting dari kehidupan sehari-hari masyarakat Indonesia di era teknologi yang semakin berkembang. Kemajuan teknologi yang juga semakin pesat telah membuat hampir semua aspek kehidupan manusia yang terhubung dengan teknologi, baik secara langsung atau tidak langsung. Dalam beberapa

tahun terakhir, teknologi informasi dan komunikasi (TIK) telah berkembang dengan sangat cepat. Perkembangan yang pesat ini membuat internet menjadi alat komunikasi utama yang memiliki popularitas tinggi di kalangan masyarakat. Hal ini menyebabkan pergeseran dari teknologi komunikasi konvensional ke teknologi modern dan digital. Banyak orang yang menggunakan platform seperti Facebook, Instagram, X, dan WhatsApp untuk mendapatkan informasi, selain digunakan untuk berkomunikasi dan berbagi momen pribadi. Cara orang mendapat dan membaca berita telah berubah karena kemudahan mendapatkan dan menyebarkan informasi secara cepat dan luas.

Tidak bisa dipungkiri bahwa masyarakat telah memiliki cara baru dalam berkomunikasi dengan menggunakan media sosial. Kehadiran media sosial memberikan dampak yang signifikan terhadap berbagai aspek dalam kehidupan masyarakat, terutama dalam cara berkomunikasi. Dengan jutaan pengguna aktif setiap hari, media sosial tidak hanya menjadi tempat berbagi momen pribadi, tetapi juga menjadi sumber utama informasi bagi banyak orang (Siregar, 2022). Media sosial kini berfungsi sebagai alat komunikasi yang sangat efektif, transparan, dan efisien, serta memainkan peran krusial dalam mendorong perubahan dan inovasi. Platform ini menjadi jembatan yang memfasilitasi transisi dari masyarakat tradisional menuju masyarakat modern, terutama dalam menyampaikan informasi pembangunan dari pemerintah kepada warganya. Di sisi lain, masyarakat juga dapat langsung memberikan umpan balik kepada pemerintah mengenai berbagai aspek layanan yang mereka terima (Rahadi, 2017).

Popularitas Platform Media Sosial. Platform seperti Facebook, Instagram, X, dan YouTube telah mencapai popularitas global. Masing-masing menawarkan berbagai fitur unik yang memungkinkan berbagai bentuk interaksi sosial, termasuk berbagi pesan, memposting konten, memberikan komentar, dan mengikuti akun. Media sosial kini mencakup lebih dari sekadar berbagi teks dan gambar. Kontennya telah berkembang mencakup video, siaran langsung, podcast, dan konten interaktif lain yang dapat dilakukan oleh pengguna media sosial. Diversifikasi ini telah memperluas daya tarik bagi media sosial dan mengubah cara orang berinteraksi di platform tersebut. Pengguna media sosial sering mendapatkan kepuasan psikologis seperti rasa keterhubungan sosial, pengakuan, dan dukungan. Fitur-fitur dalam media sosial seperti "*like*", "*share*", dan komentar juga dapat meningkatkan keterhubungan dan pengakuan dari orang lain. Namun, seiring dengan popularitas dan kemajuan platform media sosial, muncul pula tantangan signifikan seperti penyebaran berita hoaks. Media sosial telah menjadi saluran utama bagi penyebaran informasi, baik yang benar maupun yang salah. Berita hoaks, atau informasi palsu yang sengaja disebar untuk menyesatkan orang, telah menemukan lahan subur di platform ini karena kecepatan dan jangkauan luas yang dimilikinya. Fenomena hoaks yang sering terjadi di Indonesia telah menimbulkan keraguan terhadap keabsahan informasi yang diterima dan membingungkan masyarakat luas.

Hoaks adalah informasi yang sengaja dibuat untuk menutupi kebenaran. Berita hoaks di media sosial tidak hanya menyesatkan tetapi juga dapat memengaruhi persepsi publik. Penyebaran informasi palsu atau tidak benar dapat menyebabkan kebingungan, ketidakpercayaan, dan bahkan kepanikan di masyarakat. Selain itu, hoaks sering digunakan untuk berbagai tujuan, seperti menimbulkan permusuhan, memanipulasi opini publik, atau mendiskreditkan orang atau kelompok tertentu. Menjelang peristiwa penting seperti pemilihan umum, di mana informasi yang salah dapat mengganggu stabilitas politik dan proses demokrasi, efek berita hoaks semakin terasa. Dengan kata lain, hoaks dapat dianggap sebagai upaya untuk membalikkan fakta lewat informasi yang tampak meyakinkan tetapi tidak dapat diverifikasi kebenarannya. Hoaks juga dapat diartikan sebagai tindakan menghilangkan informasi yang sebenarnya terjadi dengan membanjiri media melalui pesan-pesan yang salah, sehingga pesan yang benar tertutupi (Hamzah & Putri, 2020).

Kemampuan untuk memahami, mengevaluasi, dan menggunakan informasi digital dengan bijak disebut literasi digital. Sayangnya, banyak masyarakat yang tidak memiliki kemampuan ini, sehingga rentan terhadap berita hoaks. Beberapa faktor, termasuk tingkat pendidikan, akses ke informasi kredibel, dan pengalaman pribadi menggunakan media sosial, memengaruhi persepsi dan kemampuan seseorang untuk mengidentifikasi hoaks. Oleh karena itu, sangat penting untuk melakukan penelitian tentang persepsi publik terhadap berita hoaks di media sosial.

Penelitian ini bertujuan untuk menemukan dan menganalisis bagaimana masyarakat Indonesia melihat berita hoaks di media sosial dan faktor-faktor yang memengaruhi persepsi mereka. Selain itu, penelitian ini akan mengevaluasi tingkat literasi digital masyarakat Indonesia dan bagaimana literasi digital memengaruhi kemampuan mereka untuk memahami berita hoaks.

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang lebih mendalam tentang bagaimana publik melihat berita hoaks di media sosial. Dengan memahami lebih baik tentang persepsi publik dan faktor-faktor yang memengaruhinya, diharapkan dapat dikembangkan strategi edukasi dan kampanye literasi digital yang lebih baik. Untuk menciptakan ekosistem informasi yang lebih sehat dan dapat dipercaya di Indonesia, sangat penting bagi masyarakat untuk memahami dan menolak berita hoaks.

Penelitian ini juga akan menyarankan pembuat kebijakan, pendidik, dan pelaku industri media sosial untuk bekerja sama dalam memerangi hoaks. Diharapkan upaya kolaboratif ini dapat membantu membangun ketahanan masyarakat terhadap informasi yang tidak benar dan meningkatkan kesadaran akan pentingnya memverifikasi informasi sebelum dikirim. Dengan demikian, masyarakat Indonesia dapat mempersiapkan diri untuk menghadapi tantangan informasi di era digital dengan memastikan bahwa media sosial tetap menjadi alat yang berguna untuk pertukaran informasi yang akurat dan konstruktif.

## **METODE**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif untuk mendalami persepsi publik di Indonesia mengenai hoaks di media sosial. Penelitian kualitatif adalah pendekatan dalam ilmu pengetahuan sosial yang bertujuan untuk memahami fenomena dari sudut pandang subjek penelitian, dengan cara yang mendalam dan kontekstual. Pendekatan ini berfokus pada interpretasi dan pemahaman makna dari pengalaman, sikap, pandangan, dan perilaku manusia dalam konteks yang alami. Metode kualitatif mengutamakan fleksibilitas, interaksi langsung antara peneliti dan subjek penelitian, serta penekanan pada konteks sosial dan budaya yang mempengaruhi fenomena yang diamati (Sugiyono, 2018). Pendekatan kualitatif dipilih karena dapat memberikan pemahaman yang mendalam dan kontekstual tentang bagaimana masyarakat mempersepsikan, memahami, dan merespons berita hoaks. Pengumpulan data dilakukan melalui analisis riset dari penelitian terdahulu yang relevan dengan topik hoaks di media sosial. Data dari penelitian terdahulu ini akan dianalisis ulang untuk mengeksplorasi berbagai sudut pandang dan perspektif yang relevan terkait dengan persepsi masyarakat terhadap hoaks. Metode yang digunakan mencakup analisis dokumen dari literatur riset terkait, serta penelusuran temuan-temuan kunci yang berkaitan dengan respons masyarakat terhadap hoaks.

Analisis data dilakukan secara tematik dengan memfokuskan pada pengkodean data, pengelompokan tema, dan interpretasi makna dari perspektif yang terungkap dalam riset-riset terdahulu. Dengan pendekatan ini, diharapkan penelitian dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai cara masyarakat Indonesia menanggapi hoaks di media sosial serta memberikan landasan untuk pengembangan strategi edukasi dan penanggulangan yang lebih efektif terhadap penyebaran informasi palsu dalam masyarakat digital saat ini.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

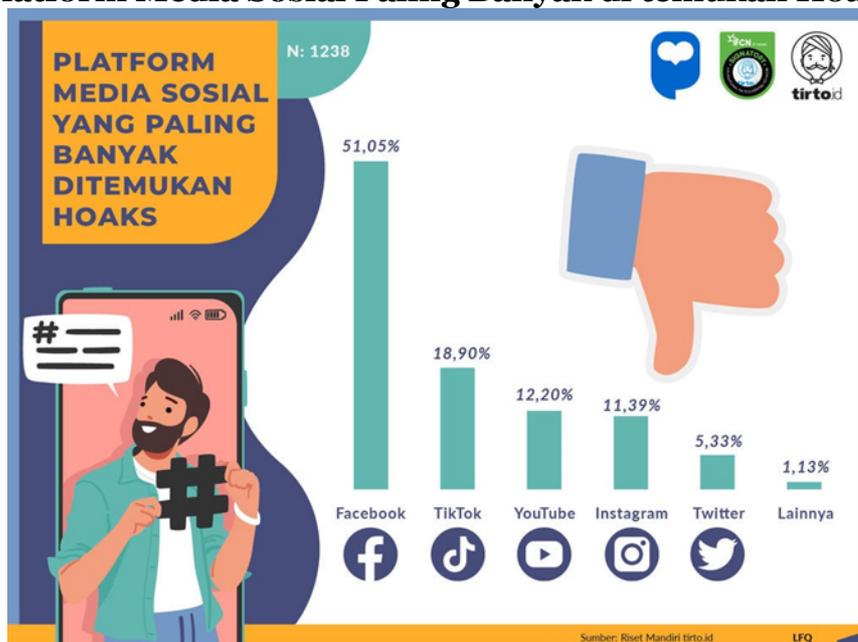
### Prevelensi Hoaks di Indonesia

Hoaks sering kali digunakan untuk memanipulasi opini publik, mengarahkan persepsi masyarakat, serta menguji tingkat kecerdasan dan kewaspadaan pengguna internet dan media sosial. Motivasi penyebaran hoax bervariasi, mulai dari tujuan hiburan dan iseng belaka, sampai upaya menjatuhkan lawan dalam kompetisi (*black campaign*), mempromosikan produk dengan cara yang tidak jujur, atau bahkan mempengaruhi orang untuk melakukan tindakan baik tanpa dasar yang jelas. Dampaknya, hoax sering kali mengundang reaksi cepat dari orang-orang yang menerima informasi palsu tersebut, yang kemudian menyebarkannya lebih luas lagi ke dalam jaringan mereka (Rahadi, 2017).

Menurut informasi yang dikeluarkan oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika, terdapat sekitar 800.000 situs di Indonesia yang telah diidentifikasi sebagai sumber penyebaran informasi yang tidak valid atau palsu (KOMINFO, 2017). Selama triwulan pertama tahun 2023, Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo) mencatat peningkatan jumlah hoaks yang terdeteksi di Indonesia, mencapai 425 isu dibandingkan dengan 393 isu pada periode yang sama tahun sebelumnya. Mayoritas hoaks yang tersebar berhubungan dengan penipuan hadiah atau uang kaget, mencakup sekitar 70,87% dari total isu hoaks yang diidentifikasi.

Selanjutnya, topik politik menjadi fokus kedua dengan persentase 56,87% dari responden yang terpengaruh. Tema-tema lain seperti agama, ekonomi, lingkungan, dan bencana alam juga tercatat sebagai topik hoaks yang tersebar di platform digital. Peningkatan tingkat penyebaran informasi palsu di media sosial tidak sebanding dengan tingkat akses masyarakat terhadap platform tersebut. Berdasarkan laporan *Digital News Report 2022* dari *Reuters Institute for the Study of Journalism*, sebagian besar pengguna ponsel di Indonesia lebih suka menggunakan media sosial sebagai saluran utama untuk membagikan momen pribadi mereka daripada untuk mengakses informasi. Facebook adalah platform yang paling sering digunakan untuk tujuan ini, diikuti oleh TikTok dan YouTube, sementara Instagram dan X jauh lebih jarang digunakan untuk mengakses media sosial (tirto.id, 2023).

**Gambar 1**  
**Platform Media Sosial Paling Banyak di temukan Hoaks**



Sumber : Tirto.id

Penyebaran informasi yang tidak benar di Facebook dan TikTok sejalan dengan jumlah penggunaannya di Indonesia. Berdasarkan laporan dari *We Are Social* dan *Meltwater* per Januari 2023, Facebook dan TikTok telah digunakan oleh sekitar 86,5% dan 83,8% dari total pengguna internet berusia 18-64 tahun di Indonesia. Kedua platform ini menduduki peringkat tertinggi di antara media sosial lainnya, hanya kalah dari WhatsApp yang digunakan oleh 92,1% pengguna internet di Indonesia. Penyebaran informasi yang tidak benar atau hoaks sering kali meningkat secara signifikan di berbagai platform media sosial seperti Facebook, TikTok, dan platform lainnya jika menjelang pemilu. Hal ini disebabkan oleh berbagai faktor, termasuk upaya pihak-pihak tertentu untuk mempengaruhi opini publik, menciptakan ketidakpercayaan terhadap pesaing politik, atau bahkan untuk tujuan memanfaatkan momentum politik dalam rangkaian kampanye.

Misalnya di mana sebuah informasi yang beredar di media sosial yang mengklaim bahwa Menteri Pertahanan, Prabowo Subianto, akan memberikan hadiah uang sebesar Rp150 juta kepada 75 orang yang memberikan dukungannya dalam Pemilihan Umum (Pemilu) 2024. Penyebaran informasi palsu atau hoaks di media sosial semakin meningkat, yang kerap kali melibatkan oknum tertentu, menyulitkan masyarakat karena banyak yang kesulitan membedakan berita yang valid dari yang tidak. Hal ini menciptakan bias informasi karena kebanyakan orang tidak memiliki keterampilan untuk memverifikasi kebenaran data. Oleh karena itu, penting bagi setiap individu untuk memiliki kemampuan literasi media yang memadai dalam mengenali dan mengantisipasi hoaks, terutama kalangan pelajar. Pelajar sering menjadi target yang empuk untuk terjadinya penyebaran hoaks dan berpotensi menjadi penyebar informasi palsu tersebut. Dengan literasi media yang memadai, pelajar dapat lebih cerdas dalam memilah berita yang mereka terima, mengenali hoaks, dan menanggulangi penyebarannya.

### **Persepsi Publik di Indonesia dalam Fenomena Hoaks di Sosial Media**

Fenomena hoaks di media sosial telah menjadi perhatian serius di Indonesia, termasuk di Indonesia. Hoaks merujuk pada informasi palsu yang sengaja disebarluaskan dengan tujuan tertentu, seperti menyesatkan atau mempengaruhi opini publik. Persepsi publik di Indonesia terhadap hoaks sangat bervariasi, dengan beberapa orang cenderung percaya begitu saja tanpa verifikasi, sementara yang lain lebih skeptis dan mencari konfirmasi sebelum menyebarkan informasi lebih lanjut. Persepsi ini dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk tingkat literasi digital, tingkat pendidikan, dan pengalaman pribadi dengan hoaks. Di samping itu, konteks sosial, budaya, dan politik juga memainkan peran penting dalam bagaimana masyarakat menghadapi hoaks.

Misalnya pada tahun 2020 dan 2021 di mana tingginya Covid-19. Masyarakat dalam studi ini mengungkapkan bahwa persepsi mereka terhadap hoaks, khususnya terkait Covid-19, menunjukkan tingkat penerimaan dan konsumsi yang signifikan. Sebagian besar masyarakat mengaku sering atau sangat sering menerima hoaks tentang Covid-19, dengan beberapa bahkan menerima lebih dari satu hoaks dalam sehari. Media sosial, seperti Facebook, Instagram, dan X, menjadi sumber utama hoaks ini, diikuti oleh pesan instan seperti WhatsApp, Line, dan Telegram. Namun, kemampuan masyarakat untuk membedakan antara hoaks dan berita yang benar terkait Covid-19 masih bervariasi. Sebagian besar masyarakat mengaku kadang-kadang bisa membedakan, namun ada juga yang mengalami kesulitan dalam membedakan informasi yang mereka terima. Jenis hoaks yang paling banyak diterima berupa teks (berita/informasi tertulis), gambar (foto), video (gambar yang bergerak), dan audio. Hoaks-hoaks terkait Covid-19 yang sering diterima oleh masyarakat meliputi informasi tentang jumlah pasien Covid-19 yang meninggal diisolasi, asal muasal Covid-19, cara melindungi diri dari Covid-19, cara mengobati Covid-19, dan tempat-tempat yang terpapar Covid-19. Meskipun sebagian besar masyarakat mencari

kebenaran informasi melalui internet (search engine), masih terdapat tantangan dalam memverifikasi kebenaran informasi tersebut (Juditha, 2020).

Menjelang Pemilu 2024, Indonesia menghadapi tantangan yang kompleks terkait dengan penyebaran informasi yang tidak benar atau hoaks. Penelitian menunjukkan bahwa hoaks masih tersebar luas di media sosial dan juga melalui aplikasi pesan pribadi seperti WhatsApp. Fenomena ini semakin meruncing dengan banyaknya grup WhatsApp, termasuk yang terdiri dari anggota keluarga sendiri, yang digunakan untuk menyebarkan informasi palsu dan mendiskusikan isu politik. Persepsi publik di Indonesia terhadap hoaks menunjukkan bahwa masyarakat perlu meningkatkan kemampuan dalam membedakan informasi yang benar dan hoaks. Banyak yang masih rentan terhadap penyebaran hoaks, terutama di platform-platform digital yang menjadi sumber utama informasi mereka. Hal ini menunjukkan perlunya literasi digital yang lebih baik dan edukasi yang lebih intensif tentang bahaya hoaks serta cara menghadapinya, terutama menjelang periode penting seperti Pemilu.

## **KESIMPULAN**

Kesimpulan dari analisis mengenai dinamika persepsi publik di Indonesia terhadap hoaks di media sosial menunjukkan bahwa fenomena hoaks merupakan tantangan serius menjelang Pemilu 2024. Media sosial telah menjadi saluran utama penyebaran hoaks, mempengaruhi opini publik dan membingungkan masyarakat dengan informasi yang tidak valid. Persepsi publik terhadap hoaks sangat bervariasi, dipengaruhi oleh tingkat literasi digital, pendidikan, dan pengalaman pribadi. Masyarakat perlu meningkatkan kemampuan dalam membedakan informasi yang benar dan hoaks serta perlunya strategi edukasi yang lebih efektif untuk mengatasi penyebaran informasi palsu ini.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- A, H., Ashari, S. A., Bau, R. T. R. ., & Suhada, S. (2023). Eksplorasi Intensitas Penggunaan Sosial Media (Studi Deskriptif Pada Mahasiswa Teknik Informatika Ung). *Inverted: Journal of Information Technology Education*, 3(2). <https://doi.org/10.37905/inverted.v3i2.21172>
- Hamzah, R. E., & Putri, C. E. (2020). Mengenal dan Mengantisipasi Hoax di Media Sosial pada Kalangan Pelajar. *Jurnal Abdi MOESTOPO*, 03(01), 9–12.
- Juditha, C. (2020). People Behavior Related To The Spread Of Covid-19's Hoax. *Journal Pekommas*, 5(2), 105. <https://doi.org/10.30818/jpkm.2020.2050201>
- Kominfo. (2024). [HOAKS] Prabowo Janjikan Rp150 Juta Bagi yang Mendukungnya pada Pemilu 2024. [https://www.kominfo.go.id/content/detail/50158/hoaks-prabowo-janjikan-rp150-juta-bagi-yang-mendukungnya-pada-pemilu-2024/0/laporan\\_isu\\_hoaks](https://www.kominfo.go.id/content/detail/50158/hoaks-prabowo-janjikan-rp150-juta-bagi-yang-mendukungnya-pada-pemilu-2024/0/laporan_isu_hoaks)
- KOMINFO. (2017). Ada 800.000 Situs Penyebar Hoax di Indonesia. KOMINFO. [https://www.kominfo.go.id/content/detail/12008/ada-800000-situs-penyebar-hoax-di-indonesia/0/sorotan\\_media](https://www.kominfo.go.id/content/detail/12008/ada-800000-situs-penyebar-hoax-di-indonesia/0/sorotan_media)
- Rahadi, D. R. (2017). Perilaku Pengguna Dan Informasi Hoax Di Media Sosial. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 5(1), 58–70. <https://doi.org/10.26905/jmdk.v5i1.1342>
- Siregar, H. (2022). Analisis Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Sosialisasi Pancasila. *Pancasila: Jurnal Keindonesiaan*, 1, 71–82. <https://doi.org/10.52738/pjk.v2i1.102>
- Sugiyono. (2018). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. PT Alfabet.
- tirto.id. (2023). Survei: Hoaks Paling Banyak Ditemui di Facebook dan TikTok. Tirto. <https://tirto.id/riset-masyarakat-paling-banyak-temukan-hoaks-di-facebook-gP6k>