

# **ANALISIS KONTEN HOAKS VIA MEDIA SOSIAL YOUTUBE PADA PELAKSANAAN PEMILU 2024**

**SKRIPSI**

*Diajukan Kepada Tim Penguji Prodi Ilmu Administrasi Negara Sebagai Salah  
Satu Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana Administrasi Publik (S.AP)*



**RIDWAN RAMADAN**

**20042039**

**DEPARTEMEN ILMU ADMINISTRASI NEGARA**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL**

**UNIVERSITAS NEGERI PADANG**

**2024**

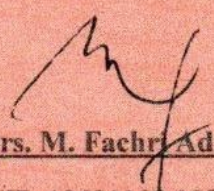
## PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : Analisis Konten Hoaks Via Media Sosial Youtube Pada Pelaksanaan Pemilu 2024  
Nama : Ridwan Ramadan  
NIM/TM : 20042039/2020  
Program Studi : Ilmu Administrasi Negara  
Departemen : Ilmu Administrasi Negara  
Fakultas : Ilmu Sosial

Padang, 15 Agustus 2024

Disetujui Oleh,

Pembimbing

  
Prof. Drs. M. Fachri Adnan, M.Si, Ph.D

NIP. 19621109 198602 2 001

**HALAMAN PENGESAHAN LULUS UJIAN SKRIPSI**

Dinyatakan **LULUS** setelah dipertahankan di depan Tim Penguji Skripsi

Departemen Ilmu Administrasi Negara

Fakultas Ilmu Sosial

Universitas Negeri Padang

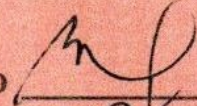
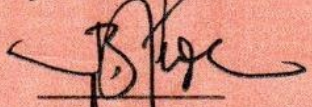
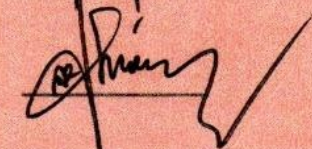
Pada hari Kamis, 15 Agustus 2024 Pukul 11.00 – 12.00 WIB

**Analisis Konten Hoaks Via Media Sosial Youtube  
Pada Pelaksanaan Pemilu 2024**

Nama : Ridwan Ramadan  
NIM/TM : 20042039/2020  
Program Studi : Ilmu Administrasi Negara  
Departemen : Ilmu Administrasi Negara  
Fakultas : Ilmu Sosial

Padang, 15 Agustus 2024

**Tim Penguji**

|            | Nama                                     | Tanda Tangan  |
|------------|--|---|
| 1. Ketua   | : Prof. Drs. M. Fachri Adnan, M.Si, Ph.D |  |
| 2. Anggota | : Adil Mubarak, S.IP., M.Si              |  |
| 3. Anggota | : Dr. Lince Magriasti, S.IP., M.Si       |  |

Mengesahkan  
Dekan FIS UNP



**Afriva Khaidir, SH, M.Hum, MAPA, Ph.D**  
NIP. 19660411 199003 1 002

## SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Ridwan Ramadan  
NIM/TM : 20042039/2020  
Program Studi : Ilmu Administrasi Negara  
Departemen : Ilmu Administrasi Negara  
Fakultas : Ilmu Sosial

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul “**Analisis Konten Hoaks Via Media Sosial Youtube Pada Pelaksanaan Pemilu 2024**” adalah benar dan merupakan karya asli saya, kecuali kutipan yang disebutkan sumbernya, apabila ada kesalahan dan kekeliruan dalam skripsi ini, sepenuhnya merupakan tanggungjawab saya sebagai penulisnya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Padang, 15 Agustus 2024  
Saya yang menyatakan,



Ridwan Ramadan  
20042039

## ABSTRAK

**Ridwan Ramadan**  
**20042039**

**Analisis Konten Hoaks Via Media  
Sosial Youtube Pada Pelaksanaan  
Pemilu 2024**

Penelitian ini bertitik tolak dari banyaknya konten-konten hoaks yang tersebar di berbagai *platform* media sosial salah satunya youtube. Kominfo mencatat terdapat 34 konten hoaks yang diunggah via media sosial youtube pada pelaksanaan pemilu 2024. Kondisi ini diperparah dengan adanya unsur kesengajaan untuk membuat dan menyebarkan konten hoaks, ujaran kebencian dan propaganda. Hal tersebut mengakibatkan kerugian pada calon yang akan dipilih pada pemilu. Selain itu keberadaan konten hoaks juga membuat masyarakat terprovokasi dengan informasi yang tidak akurat. Konten hoaks juga secara tidak langsung mempengaruhi perilaku politik pemilih dalam pemilu. Jenis penelitian ini adalah kualitatif dengan pendekatan *content analysis*. Data dalam penelitian ini didapatkan melalui observasi dan studi dokumentasi. Observasi dilakukan pada salah satu akun youtube yang menyebarkan konten hoaks selama pemilu 2024. Data penelitian dianalisis dengan teknik pengunitan, penyamplingan, perekaman, pengurangan, pengambilan kesimpulan dan penarasian. Uji keabsahan data digunakan teknik validitas produktif, validitas prediktif, validitas konstruksi dan triangulasi metode. Hasil penelitian menunjukkan intensitas konten hoaks via media sosial youtube pada pelaksanaan pemilu 2024 intensitas cukup tinggi. Dari 34 konten yang tercatat sebagai konten hoaks di media sosial youtube, 9 diantaranya dapat ditemui dan dilihat pada akun youtube Babeh Aldo Aje 135. Untuk mencegah konten hoaks ada beberapa upaya yang dilakukan oleh pemerintah dan masyarakat. Upaya tersebut antara lain pertama, mengeluarkan sejumlah peraturan perundang-undangan demi mencegah dan mengatasi konten hoaks di media sosial. Kedua, melakukan pemblokiran terhadap sejumlah situs yang menyebarkan konten hoaks. Ketiga, mendirikan Badan Siber Nasional. Keempat, melakukan kolaborasi dengan Dewan Pers dan Facebook. Selain pemerintah masyarakat juga turut andil dalam mencegah hoaks dengan cara mengecek berita melalui situs website Turnbackhoax.id. Peneliti menyimpulkan bahwasanya konten hoaks via media sosial youtube pada pelaksanaan pemilu 2024 memiliki kekuatan yang cukup kuat dalam mempengaruhi, mengelabui, menggoyahkan opini masyarakat terkait isu atau permasalahan yang dibahas oleh Babeh Aldo Aje 135 dalam video unggahannya.

**Kata Kunci : Konten, hoaks, youtube, pemilu**

## KATA PENGANTAR

Puji serta syukur marilah senantiasa kita haturkan atas kehadiran Allah SWT yang mana Allah telah melimpahkan rahmat, karunia serta hidayah-Nya kepada peneliti sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "Analisis Konten Hoaks Via Media Sosial Youtube Pada Pelaksanaan Pemilu 2024". Shalawat serta salam kita kirimkan kepada Nabi Muhammad SAW yang telah membawa umat manusia dari alam kegelapan menuju alam yang penuh dengan ilmu pengetahuan seperti saat ini. Adapun tujuan penelitian skripsi ini adalah untuk melengkapi sebagian persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S-1) pada Departemen Ilmu Administrasi Negara Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Padang.

Dalam penelitian skripsi ini tentunya tidak lepas dari bantuan, dukungan dari berbagai pihak. Untuk itu peneliti mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu peneliti dalam menulis skripsi ini, terkhususnya peneliti mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Ir. Krismadinata, S.T., M.T., Ph.D selaku rektor Universitas Negeri Padang.
2. Bapak Afriva Khaidir, S.H., M.Hum., MAPA., Ph.D selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Padang.
3. Ibu Dra. Fitri Eriyanti M.Pd., Ph.D selaku Kepala Departemen Ilmu Administrasi Negara, Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Padang.
4. Bapak Prof. Drs. M. Fachri Adnan, M.Si., Ph.D selaku Dosen Pembimbing Akademik sekaligus Pembimbing Skripsi peneliti yang telah memberikan

saran dan masukan serta arahan kepada peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.

5. Bapak Adil Mubarak, S.IP., M.Si selaku Dosen Penguji 1 yang telah memberikan saran dan masukan yang membangun dalam upaya penyempurnaan skripsi ini.
6. Ibu Dr. Lince Magriasti, S.IP., M.Si selaku Dosen Penguji 2 yang telah memberikan saran dan masukan yang membangun dalam upaya penyempurnaan skripsi ini.
7. Kedua orang tua peneliti Ibu Safniati dan Bapak Yarmi (Alm) yang senantiasa memberikan dukungan baik itu secara formil dan materil serta doa-doa yang senantiasa dilantunkan selama proses perkuliahan maupun penelitian skripsi ini.
8. Anggi Ramadan, S.Kom yang telah memberikan dukungan berupa materil dan formil kepada peneliti selama melakukan penelitian skripsi ini.
9. Hendrix Juanda, Gemmi Julio, Gitra Juliawan selaku saudara peneliti yang dalam hal ini juga tidak kalah hebatnya dalam memberikan bantuan dan dukungan kepada peneliti selama menulis skripsi ini.
10. Salwa Salsabila, S.AP selaku senior peneliti di departemen Ilmu Administrasi Negara yang telah memberikan saran, masukan serta motivasi kepada peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
11. Vivi Wahyuni dan Avelza Andana selaku orang terdekat peneliti yang telah memberikan dukungan kepada peneliti dalam penelitian skripsi ini.

12. Seluruh teman-teman departemen Ilmu Administrasi Negara, sahabat, teman dan semua pihak yang telah memberikan kebersamaan, persaudaraan dan kekeluargaan.

13. Yang terakhir terima kasih untuk diri peneliti sendiri. Terima kasih sudah berjuang dan bertahan sejauh ini, terima kasih sudah kuat menghadapi semua proses jatuh dan banggunya dalam menyelesaikan skripsi ini. Semoga kelak kamu bisa menjadi pribadi yang lebih kuat dan tangguh kedepannya. Semangat dan kuat-kuat ya untuk diriku.

Dalam penelitian skripsi ini peneliti menyadari bahwasanya banyak sekali terdapat kesalahan dan kekurangan baik itu dalam hal penelitian, penyusunan maupun struktur kalimat, oleh karena itu besar harapan peneliti untuk adanya kritik, saran demi kesempurnaan penelitian skripsi ini. Sebagai penutup, semoga nantinya skripsi ini bisa menjadi manfaat dalam menambah ilmu pengetahuan bagi pembaca maupun bagi peneliti terkhususnya. Serta yang tidak kalah penting semoga skripsi ini bisa menjadi referensi atau bahan rujukan dalam skripsi selanjutnya yang memiliki topik yang sama.

Padang, Agustus 2024

Ridwan Ramadan



## DAFTAR ISI

|   |            |
|---|------------|
| <b>ABSTRAK .....</b>                                      | <b>v</b>   |
| <b>KATA PENGANTAR.....</b>                                | <b>vi</b>  |
| <b>DAFTAR ISI.....</b>                                    | <b>ix</b>  |
| <b>DAFTAR TABEL .....</b>                                 | <b>xi</b>  |
| <b>DAFTAR GAMBAR.....</b>                                 | <b>xii</b> |
| <b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>                             | <b>1</b>   |
| 1.1 Latar Belakang .....                                  | 1          |
| 1.2 Identifikasi Masalah .....                            | 8          |
| 1.3 Batasan Masalah.....                                  | 9          |
| 1.4 Rumusan Masalah .....                                 | 10         |
| 1.5 Tujuan Penelitian.....                                | 10         |
| 1.6 Manfaat Penelitian.....                               | 10         |
| <b>BAB II TINJAUAN KEPUSTAKAAN .....</b>                  | <b>12</b>  |
| 2.1 Kajian Teoritis .....                                 | 12         |
| 2.1.1 Teori Propaganda.....                               | 12         |
| 2.1.2 Teori Agenda Setting.....                           | 19         |
| 2.1.3 Media Sosial .....                                  | 23         |
| 2.1.4 Youtube.....  | 27         |
| 2.1.5 Hoaks .....   | 29         |
| 2.2 Kajian Penelitian yang Relevan .....                  | 31         |
| 2.3 Kerangka Konseptual .....                             | 38         |
| <b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>                    | <b>39</b>  |
| 3.1 Jenis Penelitian .....                                | 39         |
| 3.2 Lokasi Penelitian .....                               | 43         |
| 3.3 Informan Penelitian .....                             | 43         |
| 3.4 Jenis, Sumber, Teknik dan Alat Pengumpulan Data ..... | 44         |
| 3.4.1 Jenis dan Sumber Data.....                          | 44         |
| 3.4.2 Teknik Pengumpulan Data.....                        | 44         |
| 3.5 Uji Keabsahan Data.....                               | 45         |
| 3.6 Teknik Analisis Data .....                            | 47         |

|  |            |
|--|------------|
| <b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>   | <b>50</b>  |
| 4.1 Temuan Umum.....   | 50         |
| 4.2 Temuan Khusus.....   | 53         |
| 4.2.1 Intensitas Konten Hoaks Via Media Sosial Youtube Pada Pelaksanaan<br>Pemilu 2024 ..... | 53         |
| 4.2.2 Cara Mencegah Konten Hoaks Via Media Sosial Pada Pelaksanaan<br>Pemilu 2024 .....      | 78         |
| 4.3 Pembahasan .....   | 83         |
| <b>BAB V PENUTUP.....</b>  | <b>96</b>  |
| 5.1 Kesimpulan.....  | 96         |
| 5.2 Keterbatasan Penelitian .....  | 97         |
| 5.3 Saran-saran .....  | 98         |
| <b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>  | <b>101</b> |
| <b>LAMPIRAN.....</b>   | <b>106</b> |

## DAFTAR TABEL

|  |    |
|--|----|
| Tabel 1. 1 Jumlah Pengguna Aplikasi Media Sosial Usia 16-64 Tahun Per 2024 . | 4  |
| Tabel 1. 2 Data Sebaran Konten Hoaks Terkait Pemilu di Media Sosial .....    | 5  |
| Tabel 3. 1 Informan Penelitian.....  | 44 |

## DAFTAR GAMBAR

|   |    |
|---|----|
| Gambar 1. 1 Grafik Pengguna Sosial Media di Indonesia .....   | 2  |
| Gambar 1. 2 Grafik Negara Terbanyak Menggunakan Media Sosial .....  | 3  |
| Gambar 1. 3 Contoh Konten Hoaks di Media Sosial Youtube .....   | 6  |
| Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual .....   | 38 |
| Gambar 4. 1 Profil Akun Youtube BABEH ALDO AJE 135.....   | 50 |
| Gambar 4. 2 Informasi Akun BABEH ALDO AJE 135.....  | 51 |
| Gambar 4. 3 Foto Babeh Aldo .....   | 52 |
| Gambar 4. 4 Konten Hoaks Pasangan Capres 02 Didiskualifikasi .....  | 55 |
| Gambar 4. 5 Konten Hoaks Babeh Aldo Aje 135 Tentang Dana Kampanye Paslon<br>02.....                           | 57 |
| Gambar 4. 6 Konten Hoaks Babeh Aldo Aje 135 Tentang Minyak Goreng &<br>Kontainer Logistik Prabowo Gibran..... | 60 |
| Gambar 4. 7 Konten Hoaks Babeh Aldo Aje 135 Terkait Uang Haram Kampanye<br>Prabowo dan Gerindra.....          | 62 |
| Gambar 4. 8 Konten Hoaks Babeh Aldo Aje Tentang Kecurangan Dalam Debat  | 64 |
| Gambar 4. 9 Konten Hoaks Babeh Aldo Aje 135 Tentang Kecurangan Dalam<br>Pemungutan Suara.....                 | 67 |
| Gambar 4. 10 Konten Hoaks Babeh Aldo Aje 135 Tentang Kecurangan Dalam<br>Aplikasi Sirekap.....                | 69 |
| Gambar 4. 11 Konten Hoaks Babeh Aldo Aje 135 Tentang Kecurangan Kalkulasi<br>Suara di Sirekap .....           | 71 |
| Gambar 4. 12 Konten Hoaks Babeh Aldo Aje 135 Tentang Bocoran Keputusan MK<br>.....                            | 74 |

# **BAB I**

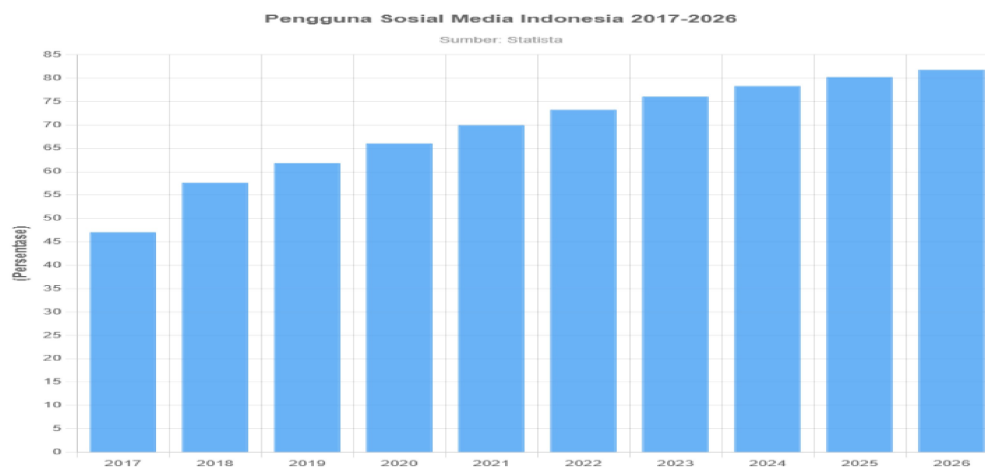
## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Pemilu merupakan suatu wadah mutlak bagi pelaksanaan negara dalam memposisikan para wakil rakyat pada pemerintahan dengan tujuan agar tersalurkanya suara-suara rakyat dalam sistem pemerintahan yang demokratis. Selain itu pemilu juga berperan dalam menjamin terlaksananya mekanisme politik yang diperkuat dengan keikutsertaan politik masyarakat. Merujuk kepada pokok dari teori demokrasi, pemilu memiliki dwifungsi diantaranya (1) masyarakat bisa memutuskan variasi sistem pemerintahan serta menuntut pemerintah yang berkuasa untuk bertanggung jawab pada pemerintahannya; kemudian (2) terciptanya keterwakilan rakyat dalam pembuatan undang-undang maupun kebijakan (Thomassen, 2014:1)

Pelaksanaan pemilu serentak 2024 pada tanggal 14 Februari 2024 yang didalamnya dilakukan pemilihan calon legislatif baik dari tingkat daerah menuju tingkat pusat serta pemilihan calon presiden dan wakil presiden Indonesia untuk masa bakti 2024-2029. Ditinjau dari perspektif sejarah, pemilu serentak tidak hanya terjadi pada tahun 2024, namun pemilu serentak ini merupakan edisi kedua setelah pelaksanaan pemilu serentak pada tahun 2019 lalu. Pemilu serentak 2019 merupakan pelaksanaan pemilihan umum yang merupakan hasil ketetapan Mahkamah Konstitusi yang juga direspon baik oleh Dewan Perwakilan Rakyat dengan tujuan terciptanya pemilihan umum yang efektif dan efisien (Ardipandanto, 2019:26)

Dewasa ini dan di era teknologi 5.0 kita tidak bisa terelakkan dari pesatnya kemajuan teknologi di semua sendi kehidupan, mulai dari ekonomi, politik, pendidikan, kebudayaan hingga informasi dan komunikasi. Wujud dari pesatnya teknologi tersebut adalah dengan lahir dan berkembangnya media sosial yang hadir menjadi *platform* bertindak, berinteraksi serta berkomunikasi dengan orang jauh hanya melalui sebuah *handphone* ataupun perangkat lain yang menunjang hal tersebut. Perkembangan media sosial yang terjadi justru mendapat sambutan yang positif di tengah-tengah masyarakat Indonesia. Fenomena ini dapat kita lihat pada gambar berikut:

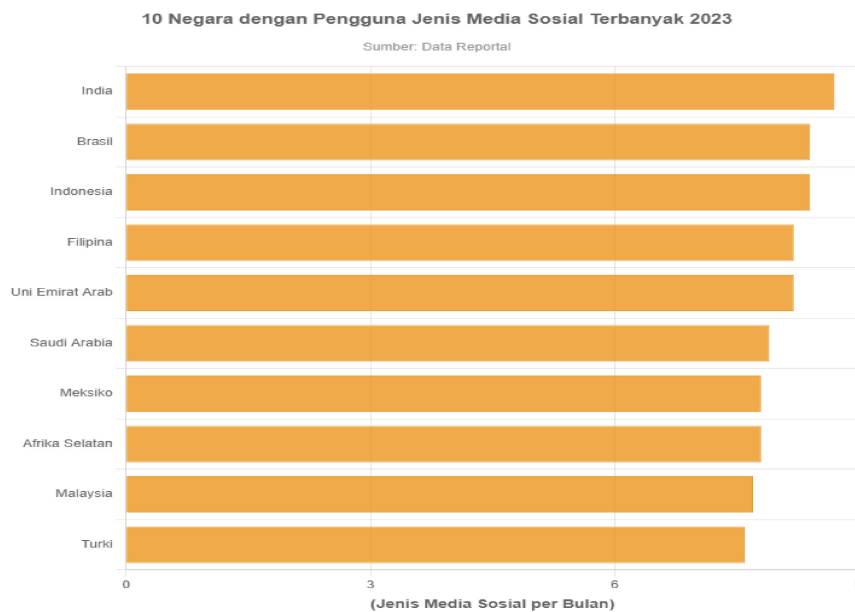


*Gambar 1. 1 Grafik Pengguna Sosial Media di Indonesia*

Sumber: goodstats.id

Dari data yang disajikan di atas dapat kita ketahui bahwasanya dalam setiap tahun perkembangan pengguna media sosial di Indonesia justru menunjukkan *trend* yang positif. Hal tersebut bisa kita lihat pada kenaikan jumlah pengguna sosial media di Indonesia di setiap tahunnya. Melansir dari data yang dirangkum oleh goodstats.id pada tahun 2023 terdeteksi akumulasi pengguna media sosial di

Indonesia sebanyak 167 juta *user*, dengan rincian 153 juta *user* ialah masyarakat Indonesia yang berusia 18 tahun ke atas. Disisi lain kenaikan tingkat pengguna media sosial di Indonesia ternyata menempatkan Indonesia sebagai satu dari 10 negara di dunia dengan akses media sosial terbanyak. Hal ini dapat dilihat pada gambar di bawah ini:



*Gambar 1. 2 Grafik Negara Terbanyak Menggunakan Media Sosial*

Sumber: goodstat.id

Dari bermacam jenis aplikasi dan *platform* media sosial yang digunakan oleh masyarakat Indonesia, dapat diklasterisasikan lagi pengguna media sosial terbanyak pada tahun 2024 menjadi sebagai berikut:

**Tabel 1. 1 Jumlah Pengguna Aplikasi Media Sosial Usia 16-64 Tahun Per 2024**

| No | Aplikasi           | User      |
|----|--------------------|-----------|
| 1  | WhatsApp           | 90,9 juta |
| 2  | Instagram          | 85,3 juta |
| 3  | Facebook           | 81,6 juta |
| 4  | Tiktok             | 73,5 juta |
| 5  | Telegram           | 61,3 juta |
| 6  | X (Twitter)        | 57,5 juta |
| 7  | Facebook Mesengger | 47,9 juta |
| 8  | Pinterest          | 34,2 juta |
| 9  | Kuashou            | 32,4 juta |
| 10 | Linkedln           | 25 juta   |

Sumber: katadata.co.id

Kemajuan dan kenaikan tingkat pengguna media sosial di Indonesia sejatinya menimbulkan dua sisi yang bertolak belakang. Disatu sisi tingginya *trend* pengguna media sosial akan mendatangkan suatu dampak positif yang dirasakan oleh kalangan masyarakat Indonesia. Manfaat positif yang masyarakat Indonesia rasakan sebagai *user* dari media sosial tersebut adalah mudahnya mencari dan bertukar informasi, menambah jejaring pertemanan dan relasi, dan lain sebagainya. Hal tersebut didukung oleh pendapat pakar ilmu politik Profesor Philip Howard yang dikutip oleh Schiffrin menjelaskan bahwasanya perkembangan teknologi digital menciptakan kesatuan dalam masyarakat, menjamin ketersediaan informasi bagi masyarakat serta dapat memaksa pemerintah untuk bertanggung jawab, yang ujung dari dampak fenomena ini adalah menciptakan dunia yang semakin demokratis (Schiffirin, 2017:118).

Disisi lain pesatnya kemajuan media sosial di Indonesia justru dapat menciptakan banyak hal negatif yang perlu ditanggulangi baik dalam segi sosial, politik, budaya, pendidikan dan ekonomi (Pratkanis & Aronson, 2001:29).



Kemajuan teknologi informasi dan komunikasi sudah memperbaiki tatanan kehidupan masyarakat. mendatangkan berbagai macam *cyber crime*, seperti diantaranya penipuan phishing, peretasan, penguntitan siber, perundungan secara online, serta lahirnya informasi-informasi palsu (hoaks). Kepolisian Republik Indonesia mencatat terdapat 3.758 kasus *cyber crime* yang terjadi di Indonesia sepanjang tahun 2023.

Memasuki tahun 2024 yang didalamnya terdapat masa untuk pelaksanaan pemilihan umum di Indonesia, tingkat kejahatan *cyber crime* yang terjadi di media sosial justru mengalami peningkatan. Peningkatan tersebut terjadi pada jenis kejahatan penyebaran informasi-informasi palsu atau konten hoaks. Fenomena konten hoaks yang terjadi di media sosial justru menjadi permasalahan baru dalam ranah teknologi informasi dan komunikasi maupun politik. Sejatinya hoaks sudah lahir dan berkembang dimulai dari ratusan tahun dan telah dimanfaatkan oleh para elite politik, *company* maupun agama sebagai bentuk persuasif dan pembuat opini.. Data mencatat bahwasanya terdapat 2.882 hoaks pemilu yang tersebar di media sosial hingga 2 Januari 2024 (Kominfo,2024). Rincian fenomena konten hoaks via media sosial terkait pelaksanaan pemilihan umum 2024 adalah sebagai berikut:

**Tabel 1. 2 Data Sebaran Konten Hoaks Terkait Pemilu di Media Sosial**

| No | Plaform Media Sosial | Jumlah Konten Hoaks |
|----|----------------------|---------------------|
| 1. | Facebook             | 1.325 konten        |
| 2. | Instagram            | 198 konten          |
| 3. | X/Twitter            | 947 konten          |
| 4. | Tiktok               | 342 konten          |
| 5. | Snack Video          | 36 konten           |
| 6. | Youtube              | 34 konten           |

Sumber: Kominfo 2024

Konten hoaks yang tersebar di media sosial memiliki banyak bentuk, diantaranya bisa berupa foto, video, unggahan status, dll. Salah satu konten hoaks tersebut bisa dilihat pada gambar berikut:



*Gambar 1. 3 Contoh Konten Hoaks di Media Sosial Youtube*

Sumber: Kominfo 2024

Pada potongan narasi konten via youtube tersebut kita dapat melihat bahwasanya terjadinya kepanikan pada Megawati karena 8 partai politik justru mendukung dan memenangkan bakal calon Anies Baswedan. Padahal jika ditelusuri secara mendalam fakta yang sebenarnya bukanlah demikian. Faktanya foto tersebut adalah sebuah momen yang diabadikan ketika *meeting* dalam rangka penolakan pelaksanaan pemilu proporsional tertutup di Pemilu 2024 yang diadakan pada 8 Januari 2023 bertempat di hotel Dharmawangsa, Jakarta Selatan.

Fenomena konten hoaks via media sosial pada pelaksanaan pemilu membuat situasi politik semakin terancam. Masalah ini semakin fatal tatkala ketika diperkeruh oleh masalah ketimpangan ekonomi yang berimbas kepada timbulnya

kebencian serta lunturnya kepercayaan beberapa golongan kepada pemerintah. Kondisi ini diperparah dengan adanya unsur kesengajaan untuk membuat dan menyebarkan konten hoaks, ujaran kebencian dan propaganda (Sosiawan & Wibowo, 2019:133). Hal tersebut berimbas pada terjadinya penyebaran hoaks pada masyarakat yang membuat masyarakat kesusahan dalam menelaah informasi yang valid dan informasi yang salah (Schiffrin, 2017:121). Selain itu kata-kata yang menyesatkan pada konten-konten hoaks secara tidak langsung dapat menipu emosi dan melemahkan masyarakat yang berujung kepada berkurangnya kerasionalan masyarakat (Djaguna, 2013:172).

Namun ada hal yang perlu diketahui bahwasanya berdasarkan fakta, masyarakat Indonesia cenderung lebih menyukai dan mempercayai konten-konten yang mengandung unsur hoaks. Hal ini diperkuat dengan tindakan masyarakat sebagai pengguna media sosial yang justru sering membagikan ulang konten-konten hoaks tersebut (Sosiawan & Wibowo, 2019:134). Fakta ini juga diperkuat oleh hasil penelitian Kementerian Komunikasi dan Informasi Republik Indonesia yang menyatakan bahwa masyarakat lebih suka pada konten yang berisikan hoaks karena kurang berpihaknya media *mainstream* kepada masyarakat. Kondisi ini disebabkan oleh dua hal, yang pertama kesesuaian antara narasi hoaks dengan opini masyarakat, dan yang kedua minimnya pengetahuan masyarakat yang menyebabkan masyarakat mudah dikelabui oleh narasi hoaks (Sosiawan & Wibowo, 2019:134).

Fenomena konten hoaks via media sosial pada pelaksanaan pemilu 2024 dinilai menjadi media yang dapat melahirkan keuntungan bagi para calon yang akan

dipilih. Hal ini semakin diperparah dengan keterbatasan kemampuan masyarakat dan pemerintah dalam memilah serta mencegah konten hoaks di media sosial. Jika fenomena ini terus dibiarkan tanpa adanya aksi untuk mencegahnya, permasalahan mengenai konten hoaks ini akan semakin merajalela dan kian menebarkan dampak negatifnya. Oleh karena itu pentingnya untuk dilakukan riset lebih mendalam terkait konten hoaks via media sosial khususnya media sosial youtube pada pelaksanaan pemilu 2024.

Pemilihan media sosial youtube untuk menjadi fokus penelitian yang dilakukan karena pada saat ini, penggunaan media sosial oleh para pihak untuk memposting opini-opini dan *knowledge* dengan menggunakan sistem media sosial demi mendobrak viralnya suatu konten yang juga mengandung konten hoaks. Penelitian ini bertujuan untuk agar terkuaknya fakta sesungguhnya mengenai informasi hoaks yang tersaji pada konten-konten youtube tersebut dan juga bisa menjadi penjawab keresahan masyarakat terkait konten-konten hoaks sehubungan dengan pelaksanaan pemilihan umum 2024 yang tersebar di media sosial youtube.

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang peneliti paparkan di atas, maka teridentifikasi permasalahan penelitian sebagai berikut:

1. Pesatnya kemajuan media sosial di Indonesia tidak selalu mendatangkan sisi baik bagi masyarakat, namun juga mendatangkan sisi buruknya salah satunya adalah tingginya kasus *cyber crime* di Indonesia yang mencapai angka 3.758 kasus.

2. Meningkatnya kasus konten hoaks di media sosial selama pelaksanaan pemilu 2024 sebanyak 2.883 konten hoaks.
3. Kecenderungan masyarakat Indonesia sebagai pengguna media sosial yang justru lebih tertarik dengan konten yang memuat informasi hoaks di media sosial. Fenomena ini dibuktikan oleh banyaknya masyarakat yang membagikan serta memposting ulang konten hoaks yang beredar di sosial media.
4. Apabila fenomena ini dibiarkan tanpa ada usaha untuk mengatasinya maka masyarakat Indonesia yang menggunakan media sosial akan mudah terpengaruh oleh informasi hoaks dan susah untuk menelaah informasi yang valid dan palsu.
5. Keseringan mengonsumsi informasi hoaks membuat rasionalitas masyarakat Indonesia yang menggunakan media sosial menjadi berkurang.

### **1.3 Batasan Masalah**

Mengacu ke identifikasi masalah penelitian diperkuat dengan keterbatasan peneliti dalam melakukan penelitian serta luasnya cakupan penelitian yang dilakukan. Maka peneliti membatasi masalah penelitian menjadi “Analisis Konten Hoaks Via Media Sosial Youtube Pada Pelaksanaan Pemilu 2024” berfokus kepada sejumlah konten hoaks berkaitan dengan pelaksanaan pemilu di *platform* media sosial yaitunya Youtube. Nantinya peneliti mengambil salah satu akun youtube yang memposting konten hoaks, kemudian konten hoaks tadi dianalisis dan dielaborasi kedalam penelitian. Hal ini peneliti lakukan karena mengingat serta

menimbang terbatasnya waktu maupun biaya peneliti dalam melakukan penelitian ini

#### **1.4 Rumusan Masalah**

Dari permasalahan yang telah peneliti sajikan pada latar belakang masalah di atas, maka dapat peneliti sederhanakan rumusan masalah menjadi sebagai berikut:

1. Bagaimana intensitas konten hoaks via media sosial youtube pada pelaksanaan pemilu 2024?
2. Bagaimana cara mencegah konten hoaks via media sosial youtube pada pelaksanaan pemilu 2024?

#### **1.5 Tujuan Penelitian**

Merujuk kepada rumusan masalah yang peneliti sajikan diatas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Menganalisis dan mendeskripsikan intensitas konten hoaks via media sosial youtube pada pelaksanaan pemilu 2024.
2. Menganalisis dan mendeskripsikan cara menangkal konten hoaks via media sosial youtube pada pelaksanaan pemilu 2024

#### **1.6 Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat penelitian ini terbagi menjadi dua manfaat, yaitu manfaat secara teoritis dan manfaat secara praktis. Dengan rincian sebagai berikut:

- a. Manfaat teoritis

Hasil dari penelitian yang dilakukan ini diarahkan agar bisa menjadi acuan dalam menyempurnakan ilmu pengetahuan di bidang ilmu politik serta komunikasi publik mengenai konten hoaks via media sosial pada pelaksanaan pemilu.

b. Manfaat praktis

1. Bagi Penyelenggara Pemilu

Penelitian ini ditargetkan dapat berguna bagi para pihak yang terlibat dalam pelaksanaan pemilu khususnya Komisi Pemilihan Umum (KPU) dalam melahirkan alternatif cara yang efektif untuk mengatasi dampak negatif dari konten hoaks di media sosial.

2. Bagi peneliti selanjutnya

Hasil penelitian ini dikerahkan bisa memperluas rujukan bagi peneliti berikutnya yang akan meneliti tentang fenomena konten hoaks via media sosial pada pelaksanaan pemilu.