

**“PENGARUH BERITA HOAKS DI APLIKASI TIKTOK TERHADAP
PERSEPSI MAHASISWA FISIP UNDIP ANGKATAN 2022 PADA
PEMILIHAN PRESIDEN DAN WAKIL PRESIDEN 2024”**

Shaffa Kirana Radison*), Muhammad Adnan*)

Email: shaffakirana@gmail.com

Departemen Politik dan Ilmu Pemerintahan, Universitas Diponegoro, Indonesia

Jl. Prof. H. Soedarto, SH Tembalang, Semarang, Kode Pos 1269

Website: <https://www.fisip.undip.ac.id/> Email: fisip@undip.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini untuk menganalisis persepsi mahasiswa FISIP UNDIP Angkatan 2022 pada berita hoaks di aplikasi TikTok selama Pilpres 2024. Menggunakan teori Uses and Gratifications serta Penggunaan Media Sosial, yang menguraikan bagaimana individu secara aktif mencari serta menerapkan media guna memenuhi kebutuhannya, termasuk menyoroti bagaimana tingkat keterlibatan seseorang dalam media sosial dapat membentuk pola konsumsi informasi mereka. Selain itu, teori persepsi digunakan untuk memahami bagaimana mahasiswa menginterpretasikan dan menilai kebenaran suatu informasi berdasarkan pengalaman dan preferensi mereka. Metode penelitian yang diterapkan yakni kuantitatif eksplanatif dengan teknik pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner kepada 88 responden yang dipilih memakai teknik non-probability sampling. Temuan studi ini mengindikasikan bahwasannya mahasiswa memiliki tingkat paparan yang tinggi terhadap berita hoaks di TikTok, tetapi sebagian besar menyadari pentingnya verifikasi informasi sebelum mempercayai atau menyebarkannya. Namun, penggunaan media sosial yang intens serta motivasi mahasiswa dalam mencari informasi politik di TikTok meningkatkan kemungkinan terpapar dan dipengaruhi oleh berita hoaks. Uji statistik menunjukkan bahwa variabel Penggunaan Media Sosial serta Uses & Gratification secara bersamaan berpengaruh signifikan pada persepsi mahasiswa terhadap berita hoaks. Kesimpulannya, berita hoaks di TikTok memiliki pengaruh signifikan untuk memengaruhi opini mahasiswa, baik dalam bentuk bias politik maupun kepercayaan terhadap proses demokrasi. Maka dari itu, disarankan agar mahasiswa lebih meningkatkan literasi digital dan bersikap lebih kritis terhadap informasi yang diterima di media sosial.

Kata Kunci: Persepsi Mahasiswa, Berita Hoaks, TikTok, Pemilu 2024, Media Sosial.

PENDAHULUAN

Indonesia ialah negara dengan bentuk pemerintahan demokratis di mana rakyat atau seluruh warga negara memegang kekuasaan politik. Prinsip dasar demokrasi adalah kedaulatan rakyat, dimana setiap orang memiliki hak untuk secara aktif terlibat dalam politik atau memberikan suara dalam pemilihan umum untuk mempengaruhi keputusan politik dan public.. Pada dasarnya, demokrasi memberikan ruang untuk partisipasi aktif dari masyarakat dalam menentukan nasib politik dan kehidupan mereka..

Masyarakat dalam Pemilu memiliki peran sebagai penentu utama dalam menentukan arah kebijakan dan kepemimpinan negara. Pemilu di Indonesia tidak hanya melibatkan pemilihan Presiden serta Wakil Presiden, tetapi juga melibatkan pemilihan di tingkat daerah, seperti pemilihan gubernur, bupati, serta walikota. Seluruh proses Pemilu, baik di tingkat nasional maupun daerah, melibatkan partisipasi masyarakat dalam menentukan siapa yang akan

mewakili mereka di berbagai level pemerintahan

Menurut dari data We Are Social Hootsuite pada Januari 2023 mengenai penggunaan internet, serta social media di Indonesia dikatakan bahwa dari 276 juta penduduk Indonesia terdapat 212 juta atau 77% dari populasi penduduk di Indonesia mengakses internet dalam kesehariannya. Mayoritas penduduk Indonesia telah mengakses internet dalam kesehariannya. Dari data We Are Social Hootsuite juga dikatakan bahwa penduduk Indonesia umumnya memakan waktu hingga 7 jam 42 menit guna memakai internet serta 3 jam 18 menit dipakai guna mengakses media sosial. Pada dasarnya media sosial ialah media yang mendukung untuk adanya interaksi sosial dengan menerapkan teknologi yang berbasis web, untuk membentuk komunikasi menjadi percakapan partisipatif

Berbagai platform media sosial diminati oleh banyak orang karena telah disertai berbagai fitur unggulan. Salah diantaranya yakni TikTok, aplikasi yang awalnya dikembangkan sebagai media berbagi video kepada pengguna lainnya. Aplikasi ini

dirancang untuk memungkinkan penggunaannya berbagi video dengan berbagai fitur kreatif yang menarik. Seiring perkembangannya, TikTok kini juga menjadi sarana bagi pengguna untuk menyebarkan berbagai informasi yang relevan, dengan durasi video yang berkisar antara 15 detik hingga 3 menit. Melalui TikTok, pengguna dapat mengakses informasi yang selaras pada minat mereka karena sistem algoritma aplikasi ini menampilkan konten yang dipersonalisasi di halaman "For You Page" (FYP). Di Indonesia, jumlah pengguna TikTok dari Januari hingga Juni 2022 tercatat menembus 92,07 juta.

Saat masa pemilihan umum, di mana arus informasi politik sangat tinggi, penyebaran informasi yang akurat, bertanggung jawab, dan membangun menjadi sangat krusial. Maraknya berbagai berita yang tersaji dalam media sosial menjadi ladang dari pada berita yang tidak tersaring dan dapat meliput berita yang tidak benar adanya. Situasi ini dapat digunakan secara intensif untuk tujuan manipulasi oleh para pelaku yang mengancam demokrasi dan

menggunakan media sosial untuk memengaruhi dan memanipulasi massa.

Biasanya, berita hoaks di TikTok dibuat oleh akun-akun anonim yang tidak menampilkan data diri, dengan tujuan menarik perhatian pembaca atau penonton yang melihat unggahan tersebut. Karena TikTok menyebarkan informasi dengan sangat cepat, meskipun kita tidak mencari berita itu, berita tersebut akan muncul dengan sendirinya di halaman for you. Ini berarti bahwa berita hoax sering terungkap di media sosial TikTok. Di TikTok, berita palsu biasanya dibuat oleh akun tanpa identitas pribadi untuk menarik pembaca atau pemirsa ke konten yang diunggah.

Hoaks dinilai efektif untuk menurunkan stabilitas dan elektabilitas politik serta dapat mempengaruhi positioning politik dari masing-masing paslon. Hal ini yang juga tentunya akan berpengaruh pada pendapat dan juga pandangan masyarakat mengenai masing-masing paslon akibat berita yang dikonsumsi bukanlah berita yang kredibel atau dapat dipertanggungjawabkan

kebenarannya. Hal ini selaras pada kondisi yang terjadi di Indonesia, bahwasannya tidak ada yang layak untuk diberitakan dengan berita palsu dan kebohongan. Dikarenakan hal tersebut akan memunculkan tindak penindasan, pencemaran nama baik, pemalsuan dan beragam tindakan lainnya yang tentunya akan sangat merugikan berbagai pihak.

Sebagai kelompok usia muda yang aktif dalam penggunaan media digital, mahasiswa rentan terpengaruh oleh informasi yang beredar. Mereka cenderung membagikan informasi yang sedang viral tanpa terlebih dahulu memeriksa kebenarannya. Dengan kata lain, mahasiswa cenderung lebih mudah mempercayai informasi yang mendukung pendapat mereka, sehingga dorongan untuk memverifikasi kebenarannya semakin berkurang. Di tingkat perguruan tinggi, penting guna memahami bagaimana pandangan mahasiswa pada fenomena penyebaran berita hoaks atau palsu di media sosial yang semakin marak. Karena mereka hidup di era informasi digital, Mahasiswa tingkat awal

sering kali menjadi partisipan aktif dalam komunikasi virtual online. Sebagai pelaku aktif, mahasiswa dapat memastikan apakah mereka biasanya dapat membedakan antara berita palsu serta hoaks. Mereka jelas mampu menyanggah berita tersebut jika mereka dapat mengidentifikasinya sebagai berita hoaks.

Mahasiswa sebagai pemilih muda memiliki tingkat konsumsi media sosial yang tinggi dan rentan terhadap paparan hoaks. Berita palsu yang tersebar di TikTok dapat mempengaruhi persepsi politik mahasiswa, menciptakan bias informasi, memperkuat polarisasi politik, dan menurunkan kepercayaan terhadap proses demokrasi.

RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan pembahasan latar belakang di atas, muncul rumusan masalah berikut :

1. Apa pengaruh berita hoaks terhadap persepsi mahasiswa FISIP UNDIP angkatan 2022 pada Pemilihan Presiden dan Wakil Presiden 2024?

TUJUAN PENELITIAN

Berdasarkan pembahasan latar belakang di atas, penulis merangkum tujuan penelitian sebagai berikut :

1. Untuk pengaruh berita hoaks terhadap persepsi mahasiswa FISIP UNDIP angkatan 2022 pada Pemilihan Presiden dan Wakil Presiden 2024.

KERANGKA TEORI

1. Teori Penggunaan Media Sosial

Penggunaan media sosial berpengaruh terhadap pola konsumsi informasi seseorang (Kaplan & Haenlein, 2010). Semakin intens seseorang menggunakan media sosial, semakin besar kemungkinan ia terpapar berbagai jenis informasi, termasuk berita hoaks. Dalam penelitian ini, mahasiswa FISIP UNDIP yang aktif di TikTok memiliki tingkat paparan yang lebih tinggi terhadap informasi politik, yang berpotensi membentuk persepsi mereka terhadap berita hoaks.

2. Teori Uses and Gratification

Teori Uses and Gratifications menjelaskan bahwa individu secara aktif memilih media untuk memenuhi kebutuhannya, baik untuk

memperoleh informasi, hiburan, membentuk identitas, maupun menjalin interaksi sosial (Katz, Blumler, & Gurevitch, 1974). Dalam konteks penelitian ini, mahasiswa menggunakan TikTok sebagai sumber informasi politik, di mana motivasi mereka dalam menggunakan platform ini akan mempengaruhi cara mereka memersepsikan berita politik, termasuk berita hoaks.

3. Teori Persepsi

Persepsi merupakan proses kognitif di mana individu menafsirkan informasi berdasarkan pengalaman, lingkungan, dan preferensi pribadi (Rookes & Wilson, 2000). Dalam penelitian ini, persepsi mahasiswa terhadap berita hoaks di TikTok dapat bersifat skeptis (persepsi negatif) atau percaya (persepsi positif), tergantung pada tingkat literasi digital mereka.

METODE PENELITIAN

Metode kuantitatif eksplanatif digunakan peneliti pada studi ini. Studi kuantitatif ialah jenis penelitian yang menciptakan temuan-temuan yang bisa dicapai melalui penggunaan prosedur statistik atau pengukuran kuantitatif. Metode kuantitatif

eksplanatif adalah penelitian yang bertujuan untuk menjelaskan hubungan suatu variabel dengan variabel yang lain untuk menguji suatu hipotesis

Penelitian ini dilakukan di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro (FISIP UNDIP) dengan populasi penelitian adalah mahasiswa FISIP UNDIP Angkatan 2022. Populasi ini dipilih karena mahasiswa merupakan pemilih muda yang aktif dalam menggunakan media sosial, termasuk TikTok, sehingga relevan dengan isu penelitian.

Sampel dalam penelitian ini berjumlah 88 responden, yang dipilih menggunakan teknik non-probability sampling dengan metode purposive sampling. Pemilihan ini didasarkan pada karakteristik tertentu, yaitu mahasiswa yang aktif menggunakan TikTok sebagai sumber informasi politik.

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini terbagi menjadi dua yaitu data primer dan data sekunder. Data primer dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner secara daring, yang terdiri dari pertanyaan

tertutup berbasis skala Likert untuk mengukur variabel yang diteliti. Sementara itu, data sekunder diperoleh dari jurnal, artikel akademik, serta laporan yang berkaitan dengan penggunaan media sosial dan berita hoaks dalam Pemilu.

Data yang diperoleh dianalisis menggunakan metode regresi linear berganda untuk menguji hubungan antara variabel penggunaan media sosial (X1), motivasi mencari informasi (X2), dan persepsi mahasiswa terhadap berita hoaks (Y). Beberapa uji statistik yang digunakan dalam penelitian ini meliputi: Uji Validitas – untuk mengukur sejauh mana instrumen penelitian mampu mengukur variabel yang dimaksud. Uji Reliabilitas – untuk memastikan konsistensi hasil pengukuran. Uji Asumsi Klasik – meliputi uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas guna memastikan kelayakan model regresi. Uji Regresi Linear Berganda – untuk mengukur hubungan antara variabel independen dan dependen. Uji Koefisien Determinasi (R^2) – untuk melihat seberapa besar variabel independen dapat menjelaskan

variabel dependen. Uji t dan Uji F – untuk menguji pengaruh masing-masing variabel secara parsial dan simultan. Hasil analisis ini digunakan untuk menginterpretasikan bagaimana penggunaan media sosial dan motivasi mencari informasi memengaruhi persepsi mahasiswa terhadap berita hoaks di TikTok selama Pemilu 2024.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Pengaruh Penggunaan Media Sosial Terhadap Persepsi Mahasiswa FISIP UNDIP Angkatan 2022

Dari hasil analisis data, didapat nilai t hitung untuk variabel Penggunaan Media Sosial sebesar 3.077, yang $>$ t tabel sebesar 1.98729. Selain itu, nilai p-value sebesar 0.003, yang $<$ 0.05, mengindikasikan bahwasannya penggunaan media sosial berpengaruh signifikan secara positif terhadap persepsi mahasiswa FISIP UNDIP angkatan 2022 dalam menanggapi berita hoaks di TikTok selama Pilpres 2024. Maka, hipotesis penelitian, yang menyatakan bahwa penggunaan media sosial berdampak pada persepsi, diterima. Temuan ini

memperkuat bahwa intensitas penggunaan media sosial berkontribusi pada cara individu memahami dan menafsirkan informasi. TikTok, sebagai salah satu platform media sosial berbasis video pendek, memiliki karakteristik unik dalam penyebaran informasi politik, terutama selama periode pemilu. Algoritma TikTok yang berbasis preferensi pengguna memungkinkan mahasiswa untuk secara terus-menerus terpapar pada konten politik yang relevan dengan minat mereka. Namun, hal ini juga membawa konsekuensi terhadap persepsi mereka, terutama dalam membedakan antara berita yang valid dan hoaks. Semakin sering mahasiswa menggunakan TikTok sebagai sumber informasi utama, semakin besar kemungkinan mereka terpapar informasi yang bias atau bahkan menyesatkan.

2. Pengaruh Uses and Gratification Terhadap Persepsi Mahasiswa FISIP UNDIP Angkatan 2022

Dari hasil analisis data, didapat nilai t hitung untuk variabel Uses & Gratifications sebesar 6.616, yang $>$ t

tabel sebesar 1.98729. Selain itu, nilai p-value sebesar 0.000, yang < 0.05 , menunjukkan bahwa variabel Uses & Gratifications berpengaruh signifikan secara positif terhadap persepsi mahasiswa FISIP UNDIP angkatan 2022 dalam menanggapi berita hoaks di TikTok selama Pilpres 2024. Maka, hipotesis penelitian H2, yang menyatakan bahwa Uses & Gratifications berpengaruh terhadap persepsi, diterima. Temuan ini mendukung teori Uses & Gratifications yang dikembangkan oleh Blumler dan Katz, yang menekankan bahwa individu secara aktif memilih dan menggunakan media berdasarkan kebutuhan dan motivasi tertentu. Dalam konteks ini, mahasiswa FISIP UNDIP menggunakan TikTok sebagai sumber informasi politik karena platform ini memenuhi kebutuhan mereka akan berita yang cepat, ringkas, dan berbasis visual. Dengan berbagai fitur interaktif seperti komentar, live streaming, dan algoritma berbasis preferensi pengguna, TikTok memungkinkan mahasiswa untuk mengonsumsi informasi sesuai dengan minat dan

kecenderungan politik mereka. Pemenuhan kebutuhan ini selanjutnya membentuk persepsi mereka terhadap berita yang dikonsumsi, termasuk berita hoaks yang tersebar selama Pemilu 2024.

3. Sumber Daya Kebijakan Pengelolaan Sampah

Berdasarkan hasil uji F dalam tabel ANOVA, ditemukan bahwa penggunaan media sosial dan Uses & Gratification secara bersamaan berpengaruh signifikan pada persepsi mahasiswa FISIP UNDIP angkatan 2022 terhadap berita hoaks di TikTok selama Pilpres 2024. Nilai F hitung sebesar 113.129 yang $> F$ tabel sebesar 3.10 menunjukkan bahwa model regresi yang dipakai pada studi ini mampu secara signifikan menjelaskan variabel persepsi. Selain itu, tingkat signifikansi (Sig.) sebesar 0.000, yang < 0.05 , semakin memperkuat temuan bahwa kedua variabel independen, yaitu Penggunaan Media Sosial dan Uses & Gratification, memiliki hubungan yang kuat terhadap bagaimana mahasiswa membentuk persepsi mereka terhadap berita hoaks di TikTok. Dengan diterimanya

hipotesis H3, dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi intensitas penggunaan media sosial dan Uses & Gratification, semakin besar kemungkinan mahasiswa memiliki persepsi tertentu terhadap berita hoaks yang beredar di TikTok

KESIMPULAN

Penelitian ini menemukan bahwa Mahasiswa FISIP UNDIP Angkatan 2022 menunjukkan persepsi negative terhadap berita hoaks di aplikasi TikTok dimana sifat yang ditunjukkan cenderung skeptis terhadap berita hoaks di TikTok selama Pemilihan Presiden dan Wakil Presiden 2024. Meskipun mereka memiliki tingkat paparan yang tinggi terhadap berita hoaks, mayoritas menyadari pentingnya verifikasi informasi sebelum mempercayai atau menyebarkannya. Faktor utama yang memengaruhi persepsi negatif ini adalah kesadaran akan banyaknya berita tidak valid yang tersebar di TikTok serta pengalaman sebelumnya dalam menghadapi informasi menyesatkan. Namun, intensitas penggunaan media sosial dan motivasi dalam mencari

informasi politik tetap meningkatkan kemungkinan mereka terpapar dan dipengaruhi oleh berita hoaks. Mahasiswa FISIP UNDIP Angkatan 2022 juga memiliki tingkat paparan yang tinggi terhadap berita hoaks di TikTok selama Pemilihan Presiden dan Wakil Presiden 2024. Hal ini disebabkan oleh mahasiswa yang menggunakan TikTok dengan intensitas tinggi cenderung lebih sering terpapar berita hoaks, meskipun sebagian besar dari mereka menyadari bahwa tidak semua informasi di platform tersebut dapat dipercaya. Mahasiswa yang menggunakan TikTok untuk memperoleh informasi politik cenderung lebih rentan terhadap pengaruh berita hoaks dibandingkan mereka yang menggunakannya hanya untuk hiburan. Namun, kesadaran akan bahaya hoaks cukup tinggi di kalangan mahasiswa, dengan sebagian besar dari mereka melakukan verifikasi informasi sebelum menyebarkannya. Meskipun begitu, dampak berita hoaks terhadap opini politik mahasiswa tetap signifikan. Hoaks yang tersebar luas dapat menciptakan bias, memperkuat

polarisasi politik, dan menurunkan kepercayaan terhadap proses demokrasi. Hasil uji statistik juga menunjukkan bahwa penggunaan media sosial dan motivasi dalam mencari informasi secara simultan berpengaruh terhadap persepsi mahasiswa terhadap berita hoaks. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa berita hoaks yang beredar di TikTok selama Pilpres 2024 memiliki dampak yang signifikan terhadap persepsi mahasiswa FISIP UNDIP Angkatan 2022 yang dimana persepsi yang dimunculkan mayoritas mempersepsikan berita hoaks sebagai suatu yang negatif.

SARAN

Dari hasil penelitian ini, terdapat beberapa saran yang bisa disampaikan. Mahasiswa diharapkan dapat meningkatkan kesadaran dalam mengenali berita hoaks dengan selalu melakukan pengecekan fakta sebelum menyebarkan informasi, serta lebih mengandalkan sumber berita yang kredibel daripada sekadar informasi dari media sosial seperti TikTok. Pemerintah dan penyelenggara pemilu perlu meningkatkan kampanye edukasi mengenai bahaya

berita hoaks dan cara mengidentifikasinya, khususnya di kalangan pemilih muda, serta memperketat regulasi dan pengawasan terhadap penyebaran berita palsu di media sosial dengan berkolaborasi bersama platform digital. Selain itu, akademisi dan peneliti diharapkan bisa mengembangkan studi lebih lanjut tentang pengaruh berita hoaks di berbagai platform media sosial terhadap persepsi pemilih muda serta menyelenggarakan diskusi dan seminar edukatif yang melibatkan mahasiswa guna meningkatkan pemahaman mereka mengenai dampak berita hoaks terhadap demokrasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Blumler, J. G., & Katz, E. (Eds.). (1974). *The uses of mass communications: Current perspectives on gratifications research* (Vol. 3). USA: SAGE Publications.
- Ferrara, E. (2017). Disinformation and social bot operations in the run up to the 2017 French presidential election. *First Monday*, 22(8). <https://doi.org/10.5210/fm.v22i8.8005>
- Finneman, T., & Thomas, R. J. (2018). A family of falsehoods:

- Deception, media hoaxes and fake news. *Newspaper Research Journal*, 39(3), 350–361.
<https://doi.org/10.1177/0739532918796228>
- Groshek, J., & Koc-Michalska, K. (2017). Helping populism win? Social media use, filter bubbles, and support for populist presidential candidates in the 2016 US election campaign. *Information Communication and Society*, 20(9), 1389–1407.
<https://doi.org/10.1080/1369118X.2017.1329334>
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media. *Business Horizons*, 53(1), 59–68.
<https://doi.org/10.1016/j.bushor.2009.09.003>
- Katz, E., Blumler, J. G., & Gurevitch, M. (1974). Uses and gratifications research. *The Public Opinion Quarterly*, 37(4), 509–523.
<https://doi.org/10.1086/268109>
- Karunia, H., Ashri, N., & Irwansyah, I. (2021). Fenomena penggunaan media sosial: Studi pada teori Uses and Gratifications. *Jurnal Teknologi dan Informasi Bisnis*, 3(1), 31–45.
<https://doi.org/10.47233/jteksis.v3i1.187>
- Kartiko, G. (2009). Sistem Pemilu dalam Perspektif Demokrasi di Indonesia. *Jurnal Konstitusi*, II(No.1), 1–171.
- Kovacs, C., Jadin, T., & Ortner, C. (2022). Austrian College Students' Experiences With Digital Media Learning During the First COVID-19 Lockdown. *Frontiers in Psychology*, 13(February).
<https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.734138>
- Rohim, Mulkanur & Wardana, Amika. (2019). Analisis Politik Milenial: Persepsi Siswa SMA Terhadap Dinamika Politik Pada PEMILU 2019 di Indonesia. *Jurnal Ilmu Pemerintah* Vol 4 No 1.
- Rookes, P., & Willson, J. (2000). *Perception: Theory, development and organisation*. London: Routledge.