

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Prinsip demokrasi menjadikan Indonesia menyelenggarakan pemilihan presiden (Pilpres) secara langsung, jujur, dan adil, agar tercipta pemerintahan yang legitimasinya kuat serta mencerminkan aspirasi rakyat. Pilpres merupakan salah satu agenda politik paling penting di suatu negara karena proses ini menjadi mekanisme penentuan pemimpin pemerintahan. Dalam konteks Pilpres di Indonesia, partisipasi masyarakat sangat penting untuk memastikan bahwa proses demokrasi berjalan dengan baik dan transparan.

Pemilihan Presiden tahun 2024 menghadirkan tiga pasangan calon presiden dan wakilnya yang bertarung memperebutkan kepercayaan publik. Nomor urut satu, yaitu pasangan Anies-Muhaimin yang merupakan mantan Gubernur DKI Jakarta ke-17 dan tokoh Nahdlatul Ulama dan Ketua Umum PKB. Pasangan nomor urut dua, yaitu Prabowo-Gibran yang merupakan Menteri Pertahanan Republik Indonesia ke-26 dan anak dari mantan Presiden Joko Widodo. Pasangan nomor urut tiga, yaitu Ganjar-Mahfud yang merupakan mantan Gubernur Jawa Tengah dan mantan Menteri Koordinator bidang Politik, Hukum, dan Keamanan. Ketiga pasangan ini datang dengan latar belakang, visi, dan program unggulan yang berbeda, menawarkan harapan baru serta strategi pembangunan demi kemajuan Indonesia yang lebih baik. Ajang ini bukan sekadar kontestasi politik, tetapi juga

cerminan dari semangat demokrasi yang terus tumbuh di tengah masyarakat Indonesia.

Pemilihan Presiden tahun 2024 menunjukkan bahwa pasangan calon presiden dan wakil presiden, Prabowo Subianto-Gibran Rakabuming Raka keluar sebagai pemenang. Berdasarkan data hasil rekap KPU, total suara sah yang diberikan warga pada Pilpres 2024 mencapai 164.227.475 suara. Prabowo Subianto-Gibran Rakabuming Raka memperoleh suara terbanyak dengan perolehan 96.214.691 suara atau 58,59% dari total suara sah. Di bawahnya ada pasangan Anies Baswedan dan Muhaimin Iskandar yang memperoleh 40.971.906 suara atau 24,95%, Disusul pasangan Ganjar Pranowo dan Mahfud MD dengan perolehan 27.040.878 suara atau 16,47%.¹

Tabel 1.1

Hasil Hitung Suara Pemilu Presiden & Wakil Presiden RI 2024

No.	Calon	Suara yang diperoleh
1.	Anies-Muhaimin	24,95%
2.	Prabowo-Gibran	58,59%
3.	Ganjar-Mahfud	16,47%

Sumber: Data Hasil Rekap KPU

Masyarakat memiliki karakteristik yang berbeda-beda dalam menentukan kandidat atau calon presiden dan wakil yang akan dipilih, dapat dipengaruhi oleh faktor ideologi, rekam jejak kandidat, maupun program kerja. Tindakan tersebut merupakan perilaku memilih atau *voting behavior*. Menurut Herbert McClosky, teori perilaku memilih dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti faktor

¹ Adi Ahdiat, Hasil Rekap Pilpres 2024 KPU Tak Jauh dari Quick Count, Databoks.katadata, 21 Mei 2024. Diakses melalui, <https://databoks.katadata.co.id/politik/statistik/9503b0b1e440abf/hasil-rekap-pilpres-2024-kpu-tak-jauh-dari-quick-count>. Pada 09 November 2024, 20:23 WIB.

sosiologis, psikologis, rasional, media dan informasi, serta isu-isu kontemporer lainnya.

Perilaku memilih sendiri merujuk pada bagaimana seseorang memutuskan kandidat atau partai yang akan dipilih dalam pemilu. Dalam era digital saat ini, informasi yang diterima pemilih menjadi salah satu faktor dominan dalam membentuk preferensi politik. Namun, tantangan utama dalam era informasi ini adalah maraknya berita hoaks yang dapat memengaruhi persepsi pemilih terhadap kandidat atau isu politik tertentu yang tersebar di media sosial. Menurut data APJII melalui wawancara tatap muka kepada 8.720 responden di 38 provinsi di Indonesia, periode 18 Desember 2023 hingga 19 Januari 2024, jenis informasi hoaks yang sering ditemui masyarakat Indonesia adalah informasi terkait politik dan infotainment.²

Seluruh tatanan kehidupan masyarakat saat ini dipengaruhi oleh kemajuan dan evolusi teknologi informasi yang berdampak pada berbagai sektor termasuk politik. Sesuai dengan perkembangannya, jumlah pengguna internet di Indonesia pada tahun 2024 tercatat sebanyak 5,35 milyar pengguna.³ Penyebaran informasi di media sosial perlu ditelaah lebih kebenarannya karena media sosial memungkinkan siapa saja untuk membagikan berita, pendapat, dan data tanpa proses verifikasi yang ketat. Tidak semua informasi yang beredar di media sosial bersumber dari sumber yang kredibel atau memiliki fakta yang jelas, sehingga

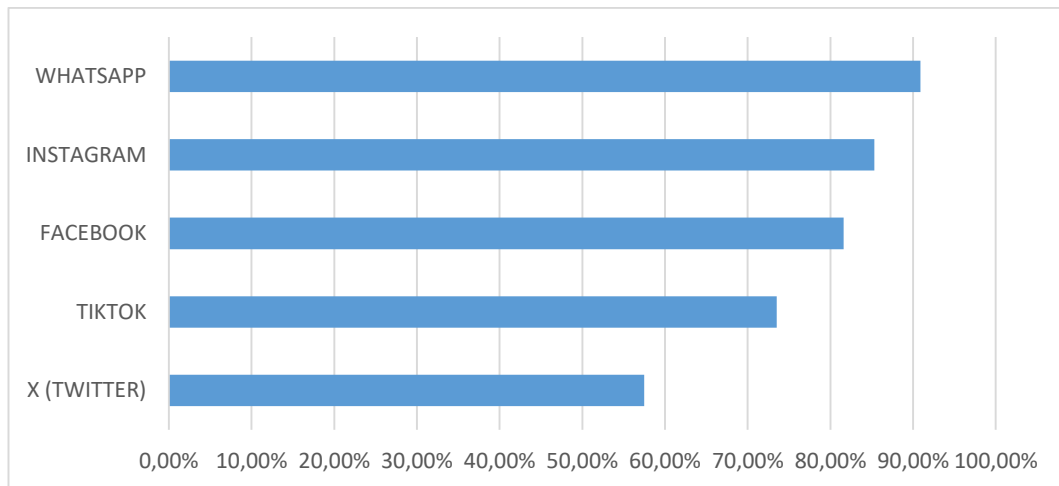
² Saptoyo dan Erdianto, Survei APJII, Hoaks Politik Mendominasi Media Sosial, Kompas.com, 2 Februari 2024. Diakses melalui, <https://www.kompas.com/cekfakta/read/2024/02/02/213000182/survei-apjii-hoaks-politik-mendominasi-media-sosial>. Pada tanggal 05 Juli 2025, 15:55 WIB.

³ Andi Dwi Riyanto, Hootsuite (We are Social): Data Digital Indonesia 2024, andi.link, 21 Februari 2024. Diakses melalui, <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-data-digital-indonesia-2024/>. Pada tanggal 28 November 2025, 10:52 WIB.

memungkinkan terjadinya penyebaran hoaks. Berikut merupakan data *platform* media sosial yang paling banyak digunakan di Indonesia tahun 2024:

Bagan 1.1

***Platform* Media Sosial Yang Banyak Digunakan Di Indonesia Tahun 2024**



Sumber: Hootsuite (We are Social): Data Digital Indonesia 2024

Pilpres 2024 mencerminkan perubahan lanskap demokrasi di era digital, terutama karena media sosial tidak hanya menjadi *platform* kampanye bagi para calon namun juga sebagai salah satu sumber informasi. Dukungan yang meluas melalui media elektronik dan cetak telah memperlihatkan berbagai keunggulan para kandidat. Hal ini tidak hanya memengaruhi preferensi politik masyarakat tetapi juga berdampak pada perilaku memilih mereka. Dengan demikian, kampanye yang efektif di berbagai media dapat membentuk opini publik dan pada akhirnya memengaruhi keputusan masyarakat saat memberikan suara di bilik pemilihan. Namun dalam Pilpres 2024, terjadi beberapa metode propaganda yang menggunakan penyebaran informasi palsu secara massal dan terus-menerus melalui berbagai *platform* media, tanpa memperhatikan fakta atau kebenaran.

Masyarakat Antifitnah Indonesia (Mafindo) menemukan 2.330 hoaks selama tahun 2023, dengan hoaks politik sebanyak 1.292 atau 55,5% dari total temuan. Angka ini menunjukkan peningkatan dua kali lipat dibandingkan hoaks politik pada Pemilu 2019 yang hanya sebanyak 644 kasus.⁴ Menurut Arya Fernandes, Ketua Departemen Politik dan Perubahan Sosial di *Centre for Strategic and International Studies* (CSIS) dalam Survei Opini Publik: Proyeksi dan Mitigasi Gangguan Informasi Pemilu 2024, mengatakan bahwa hampir separuh responden yang diteliti oleh CSIS dan Safer Internet Lab (SAIL) masih percaya pada informasi salah, utamanya menyangkut Pemilu 2024.⁵

“...42,3% responden percaya pada gangguan informasi pemilu...”

Beredarnya hoaks dan disinformasi jelang Pilpres 2024 ini ditujukan untuk mengubah opini masyarakat terutama pemilih muda yang masih ambigu dalam menentukan pilihannya. Salah satu aspek yang menonjol dalam pembentukan opini tersebut adalah munculnya stigma terhadap masing-masing calon presiden. Stigma ini tidak terbentuk secara spontan, melainkan berkembang dari rekam jejak, afiliasi politik, serta narasi yang dibangun baik oleh pendukung maupun oposisi dari masing-masing kandidat.

Ketiga calon presiden menghadapi berbagai stigma dan hoaks yang beredar luas di masyarakat. Anies dengan stigmanya yang mendukung khilafah karena

⁴ Redaksi Masyarakat Anti Fitnah Indonesia, Siaran Pers Mafindo: Hoaks Politik Meningkatkan Tajam Jelang Pemilu 2024, Ganggu Demokrasi Indonesia, mafindo.or.id, 2 Februari 2024. Diakses melalui, <https://mafindo.or.id/2024/02/02/siaran-pers-mafindo-hoaks-politik-meningkat-tajam-jelang-pemilu-2024-ganggu-demokrasi-indonesia/>. Pada 22 Juni 2025, 10:30 WIB.

⁵ Leo Galuh, Survei: Hampir 50% Warga Percaya Disinformasi Pemilu 2024, *Deutsche Welle*, 20 Oktober 2023. Dakses melalui, <https://www.dw.com/id/survei-hampir-50-persen-warga-percaya-disinformasi-pemilu-2024/a-67153067>. Pada 10 November 2024, 13:59 WIB.

kedekatannya dengan kelompok keislaman dan keterlibatannya dalam aksi 212.⁶ Prabowo tak lepas dari stigma masa lalu terkait isu pelanggaran HAM dan sifat temperamental, yang kemudian berkembang menjadi hoaks seperti tuduhan bahwa ia akan mengembalikan sistem otoriter.⁷ Ganjar yang menghadapi stigma sebagai "boneka partai" karena dianggap terlalu tunduk pada PDIP dan dikaitkan dengan kebijakan kontroversial seperti pembangunan pabrik semen di Kendeng.⁸ Selain menysar tokoh, hoaks juga menyerang program kebijakan para capres, seperti program makan siang gratis yang disebut hanya untuk sekolah negeri, program satu keluarga miskin satu sarjana yang dianggap akan menggantikan subsidi dengan beasiswa mahal, serta rumor bahwa Anies akan menghentikan pembangunan IKN jika terpilih.

Disinformasi dan berita berbau propaganda tersebut telah diteliti secara nasional oleh Wihardja et. al dengan judul *Disinformation And Election Propaganda Impact On Voter Perceptions And Behaviours In Indonesia's 2024 Presidential Election*. Penelitian tersebut menyimpulkan bahwa media sosial mulai mengalahkan media tradisional sebagai sumber informasi pemilu, mengingat tingkat penetrasi Internet yang tinggi, penduduk Indonesia dikhawatirkan dengan

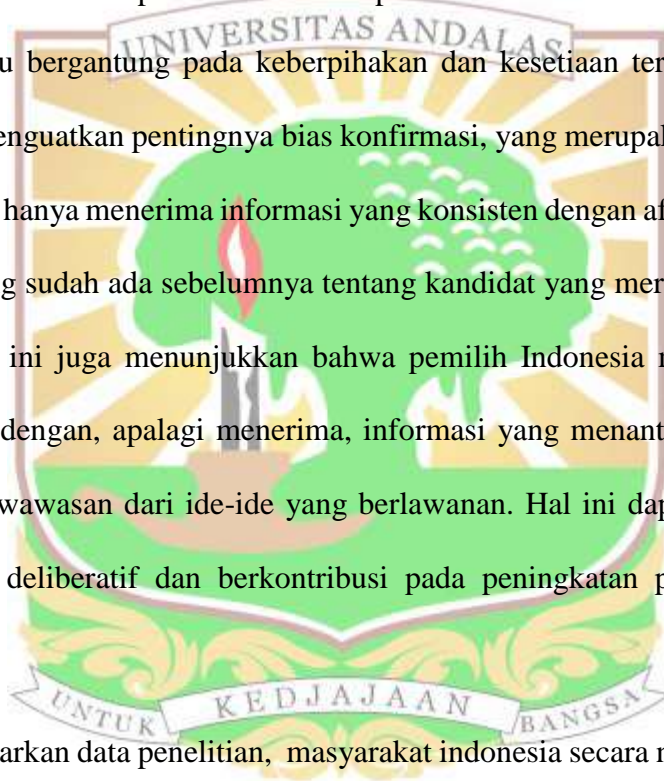
⁶ CNN Indonesia, Anies Baswedan Beber Alasan Politik Identitas Tak Terhindarkan, [cnnindonesia.com](https://www.cnnindonesia.com/nasional/20230319071111-617-926841/anies-baswedan-beber-alasan-politik-identitas-tak-terhindarkan), 19 Maret 2023. Diakses melalui, <https://www.cnnindonesia.com/nasional/20230319071111-617-926841/anies-baswedan-beber-alasan-politik-identitas-tak-terhindarkan>. Pada 27 Februari 2025, 13:26 WIB.

⁷ Wiryono dan Prabowo, Penyelesaian Kasus HAM Berat Masa Lalu yang Tak Dipandang Prabowo-Gibran, [kompas.com](https://nasional.kompas.com/read/2023/11/03/09201471/penyelesaian-kasus-ham-berat-masa-lalu-yang-tak-dipandang-prabowo-gibran?page=all), 3 November 2023. Diakses melalui, <https://nasional.kompas.com/read/2023/11/03/09201471/penyelesaian-kasus-ham-berat-masa-lalu-yang-tak-dipandang-prabowo-gibran?page=all>. Pada 10 November 2024, 15:04 WIB.

⁸ Wiyudha Betha Dinaragis, Ganjar Pranowo Dibayangi Stigma "Petugas Partai", Apa Pengaruhnya?, akun youtube Kompas.com, 20 September 2023. Diakses melalui, <https://www.youtube.com/watch?v=Wq8bGuDPQTc>. Pada 27 Februari 2025, 19:23 WIB.

penggunaan *platform* media sosial untuk penyebaran mis/disinformasi dan propaganda untuk mempengaruhi pemilih.⁹

Penelitian ini menemukan bahwa adanya bias partisan, di mana paparan disinformasi dan narasi propaganda pemilu tidak serta merta mempengaruhi loyalis dan pendukung setia seorang kandidat politik. Studi ini dengan tegas menunjukkan bahwa penerimaan atau penolakan terhadap disinformasi dan narasi propaganda pemilu tertentu bergantung pada keberpihakan dan kesetiaan terhadap kandidat. Temuan ini menguatkan pentingnya bias konfirmasi, yang merupakan fenomena di mana individu hanya menerima informasi yang konsisten dengan afiliasi politik dan keyakinan yang sudah ada sebelumnya tentang kandidat yang mereka pilih. Selain itu, penelitian ini juga menunjukkan bahwa pemilih Indonesia masih ragu-ragu untuk terlibat dengan, apalagi menerima, informasi yang menantang opini untuk mendapatkan wawasan dari ide-ide yang berlawanan. Hal ini dapat menghambat pertimbangan deliberatif dan berkontribusi pada peningkatan polarisasi dalam masyarakat.¹⁰



Berdasarkan data penelitian, masyarakat Indonesia secara nasional semakin tinggi menggunakan media sosial semakin tinggi terpapar hoaks, sementara belum ada yang meneliti secara khusus di Padang, maka dari itu peneliti ingin menguji apakah penelitian tersebut bisa diteliti di tingkat daerah lokal khususnya di Kota Padang. Terdapat penelitian terdahulu yang membahas terkait pengaruh hoaks

⁹ M. Wihardja, B. Muhtadi, dan Lee Sue-ann, *Disinformation And Election Propaganda Impact On Voter Perceptions And Behaviours In Indonesia's 2024 Presidential Election*, Singapore: ISEAS Publishing, 2025.

¹⁰ *Ibid.*, hal. 39

terhadap perilaku memilih pada pemilu seperti Mujani dan Kuipers,¹¹ Neyazi et. al,¹² Jennifer Yang Hui,¹³ Duile dan Tamma,¹⁴ Neyazi dan Muhtadi,¹⁵ Putra dan patra¹⁶, Hafidz El Passa,¹⁷ Aminah dan Sari,¹⁸ Prasetya et. al,¹⁹ Zamroni Salim.²⁰ Dari penelitian terdahulu, peneliti melihat adanya perbedaan dengan penelitian saat ini yang menjadi keterbaruan penelitian. Perbedaannya terlihat dari penelitian terdahulu yang secara luas membahas berbagai media sosial yang dikaji dan fenomenanya, sedangkan penelitian ini terfokuskan kepada pengaruh intensitas menerima hoaks terhadap perilaku pemilih di Pilpres 2024. Selain itu terdapat perbedaan objek penelitian di mana penelitian ini akan mengkaji masyarakat Kota Padang. Perbedaan metode dan teori yang digunakan serta fenomena yang dihadapi juga berbeda dengan penelitian terdahulu.

1.2 Rumusan Masalah

Kota Padang memiliki karakteristik politik yang unik. Secara historis, Kota Padang pada umumnya memiliki preferensi politik yang berbeda dibandingkan

¹¹ Saiful M., & Nicholas K., Who Believed Misinformation during the 2019 Indonesian Election, *Asian Survey*, vol. 60, no. 6, 2020

¹² Taberez et al., Who Gets Exposed to Political Misinformation in a Hybrid Media Environment? The Case of the 2019 Indonesian Election, *Social media+society*, vol. 8, no. 3, 2022

¹³ Jennifer Yang Hui, Social Media and the 2019 Indonesian Elections: Hoax Takes the Centre Stage, *Southeast Asian Affairs*, 2020, hal. 155-172

¹⁴ Timo D., & Sukri T., Political language and fake news, *Indonesia and the Malay World*, vol. 49, no. 143, 2021, hal. 82-105

¹⁵ Taberez A.N., & Burhanuddin M., Comparative Approaches to Mis/Disinformation| Selective Belief: How Partisanship Drives Belief in Misinformation, *International Journal of Communication* vol. 15, 2021, hal. 23

¹⁶ Febriansyah dan Haldi, Analisis Hoax pada Pemilu: Tinjauan dari Perspektif Pendidikan Politik, *Naradidik: Journal of Education and Pedagogy*, vol. 2, no. 1, 2023, hal. 95-102

¹⁷ T.M Hafidz El Passa, Pengaruh Konsumsi Berita Politik Terhadap Tingkat Selektivitas Informasi Pemilih Di Kota Padang, *S1 thesis, Universitas Andalas*, 2024

¹⁸ Aminah dan Novita, Dampak Hoax Di Media Sosial Facebook Terhadap Pemilih Pemula, *Jurnal Komunikasi Global*, vol. 8, no. 1, 2019, hal.51-61

¹⁹ Andini, Bianca, dan Fifi, Pengaruh Berita Hoaks Terhadap Cara Pandang Pemilih Pemula: Pemilihan Umum Presiden Tahun 2019, *academia.edu, FISIP UPN Veteran Jakarta*, 2020

²⁰ Zamroni Salim, Hoax Dan Perilaku Masyarakat Menjelang Pilpres Dan Pileg 2019, Jakarta: *THC Review*, vol. 5, 2018

dengan daerah lain di Indonesia. Pada Pemilu 2024, pasangan Anies-Muhaimin memperoleh suara tertinggi di Sumatera Barat, termasuk di Kota Padang, dengan persentase 56,53% (1.744.042 suara), pasangan Prabowo-Gibran memperoleh 39,45% (1.217.314 suara), dan pasangan Ganjar-Mahfud hanya mendapat 4,02% (124.044 suara). Tingkat partisipasinya mencapai 76,51% (pemilih menggunakan hak pilih), dengan tingkat golput yang cukup tinggi yaitu 23,49%.²¹

Tabel 1.2

Hasil Hitung Suara Pemilu Presiden & Wakil Presiden 2024 Di Kota Padang

No.	Calon	Suara yang diperoleh
1.	Anies-Muhaimin	56,53%
2.	Prabowo-Gibran	39,45%
3.	Ganjar-Mahfud	4,02%

Sumber: Data Hasil Rekap KPU

Perilaku memilih masyarakat Kota Padang dalam tiga pemilu terakhir menunjukkan dinamika yang menarik. Pada Pilpres 2014 dan 2019, Prabowo Subianto memperoleh dukungan mayoritas dari warga Kota Padang dan bahkan dari Sumatera Barat secara keseluruhan. Terlepas dari faktor partai, citra Prabowo saat itu dipandang sebagai sosok nasionalis, tegas, sesuai dengan filosofi lokal 3T (Takah, Tageh, Tokoh) dan berseberangan dengan pemerintahan Joko Widodo. Namun pada pilpres 2024, arah dukungan masyarakat Kota Padang mengalami pergeseran signifikan. Dukungan yang sebelumnya solid terhadap Prabowo justru beralih kepada Anies.

²¹Israr Iskandar, Memahami Hasil Pemilu 2024 di Sumbar, kumparan.com, 24 Maret 2024. Diakses melalui, <https://kumparan.com/israr-iskandar/memahami-hasil-pemilu-2024-di-sumbar-22PeXjEtWKD>. Pada 09 Maret 2025, 13:45 WIB.

Peralihan dukungan masyarakat Kota Padang pada saat Pilpres 2024 berkaitan dengan perubahan persepsi politik dan kekecewaan terhadap sikap politik Prabowo pasca-Pilpres 2019. Pada Pilpres 2019, Prabowo memperoleh dukungan sangat besar dari masyarakat Sumatera Barat, termasuk Kota Padang, yang dikenal sebagai salah satu basis terkuatnya. Banyak pendukung Prabowo merasa telah berjuang keras, bahkan secara emosional dan materiil, untuk kemenangan Prabowo. Namun, Prabowo mengambil keputusan bergabung ke kabinet Presiden Jokowi sebagai Menteri Pertahanan. Keputusan ini mengejutkan dan memicu kekecewaan di kalangan pendukungnya di Kota Padang. Mereka merasa dikhianati karena Prabowo yang sebelumnya menjadi simbol oposisi justru merapat ke pemerintahan Jokowi.²²

Situasi ini dimanfaatkan dalam kontestasi politik berikutnya, terutama saat kampanye Pilpres 2024. Narasi "pengkhianat" menjadi bahan kampanye negatif dan bahkan hoaks yang disebar untuk menggoyang basis dukungan Prabowo di Sumatera Barat. Momen viral saat seorang warga Padang menyampaikan langsung kekecewaannya kepada Anies Baswedan di panggung kampanye, menyebut Prabowo pengkhianat, menjadi salah satu contoh bagaimana isu ini diangkat dan kemudian menyebar luas di media sosial, bahkan menjadi bahan perbincangan nasional.²³

²² Rindi S. P., Prabowo Sebut 'Aroma Pengkhianatan' Banyak Tercium, Ada Apa?, [cnbcindonesia.com](https://www.cnbcindonesia.com/news/20230902160104-4-468468/prabowo-sebut-aroma-pengkhianatan-banyak-tercium-ada-apa), 2 september 2023. Diakses melalui, <https://www.cnbcindonesia.com/news/20230902160104-4-468468/prabowo-sebut-aroma-pengkhianatan-banyak-tercium-ada-apa>. Pada 23 Juni 2025, 10:43 WIB.

²³ Afdal Afrianto, Momen Seorang Warga Sebut Prabowo Pengkhianat saat Anies Kampanye di Padang, [detiksumut: detik.com](https://www.detik.com/sumut/berita/d-7162189/momen-seorang-warga-sebut-prabowo-pengkhianat-saat-anies-kampanye-di-padang), 26 Januari 2024. Diakses melalui, <https://www.detik.com/sumut/berita/d-7162189/momen-seorang-warga-sebut-prabowo-pengkhianat-saat-anies-kampanye-di-padang>. Pada 23 Juni 2025, 10:50 WIB.



Sumber: Detik.com²⁴

Gambar 1.1 Momen Seorang Warga Sebut Prabowo Pengkhianat saat Anies Kampanye di Padang

Berita-berita hoaks tersebut banyak beredar di media sosial seperti WhatsApp dan Facebook, yang menurut Ketua Tim Kampanye Daerah Prabowo-Gibran Sumbar, Andre Rosiade, dibangun oleh kelompok tertentu untuk merusak citra Prabowo. Hoaks ini memanfaatkan sentimen negatif dan kekecewaan masyarakat agar pesan-pesan tersebut lebih mudah diterima dan disebarluaskan secara luas. Peran media sosial sangat krusial dalam penyebaran hoaks ini. Platform seperti YouTube dan TikTok digunakan untuk menyebarkan konten-konten yang menyesatkan, termasuk tuduhan-tuduhan palsu terhadap Prabowo. Akun-akun tertentu dengan pengikut besar aktif menyebarkan narasi dan opini negatif yang memperkuat stigma pengkhianatan. Kecepatan dan kemudahan akses informasi di media sosial membuat hoaks ini cepat viral, apalagi di tengah masyarakat yang memiliki literasi digital yang belum merata.

²⁴ *Ibid.*

Selain itu terdapat misinformasi yang viral dikalangan masyarakat Kota Padang, yaitu narasi yang mengatakan bahwa Ganjar menyukai pornografi. Misinformasi ini bermula dari beredarnya gambar yang dimanipulasi secara digital dan diunggah di media sosial, khususnya Facebook. Gambar tersebut menampilkan Ganjar Pranowo sedang duduk santai seolah-olah menonton video porno di sebuah ruangan. Dalam gambar itu juga terdapat watermark dari situs berita Detik.com, yang menambah kesan bahwa gambar tersebut asli.²⁵ Namun, setelah dilakukan penelusuran, gambar asli sebenarnya adalah foto Ganjar yang sedang menonton televisi untuk memantau hasil Pilkada pada tahun 2018, yang dipublikasikan oleh Detik.com dengan judul "Gaya Ganjar Selonjoran Nonton TV Pantau Pilkada dari Rumah".²⁶

Berdasarkan misinformasi diatas, peneliti juga berasumsi bahwa pasangan Ganjar-Mahfud hanya mendapat 4,02% suara di Kota Padang ada hubungannya dengan misinformasi Ganjar menyukai porno sebagai salah satu faktornya selain kurangnya exposure dan tidak menghadiri langsung kampanye di Sumbar. karena sesuai dengan perilaku memilih masyarakat Kota Padang yang lebih religius, emosional, identitas, dan ketokohan.

Berdasarkan maraknya misinformasi dan disinformasi yang beredar di media sosial, tidak dapat dipungkiri bahwa berita itu dapat memengaruhi cara pandang dan emosi seseorang dalam menentukan pilihannya. Dikarenakan berita

²⁵ Klarifikasi Informasi Detail, Hoaks: Ganjar Pranowo Menonton Video Porno, Surabaya: klinikhoaks.jatimprov.go.id, 19 Juni 2023. Diakses melalui, <https://klinikhoaks.jatimprov.go.id/post/hoaks-ganjar-pranowo-menonton-video-porno-64ba0c783f9c1>. Pada 23 Juni 2025, 12:56 WIB.

²⁶ Angling A. P., Gaya Ganjar Selonjoran Nonton TV Pantau Pilkada dari Rumah, Detiknews, 27 Juni 2018. Diakses melalui, <https://news.detik.com/berita-jawa-tengah/d-4085527/gaya-ganjar-selonjoran-nonton-tv-pantau-pilkada-dari-rumah>. Pada 23 Juni 2025, 13:02 WIB.

tersebut beredar di berbagai media sosial yang sekarang banyak digunakan dan diviralkan hanya beberapa detik. Selain itu, menurut survei yang dilakukan oleh Asosiasi Jurnalis Indonesia (APJII), 93,3% penduduk Kota Padang menggunakan internet dan kini menjadi pengguna internet terbesar kedua di Sumatera.²⁷

Media sosial telah menjadi alat utama dalam kampanye politik, baik untuk membangun citra kandidat maupun untuk menyerang lawan politik. Dalam Pemilu 2024, berbagai disinformasi beredar luas, sering kali digunakan sebagai strategi politik untuk menjatuhkan lawan. Fenomena ini mencerminkan bagaimana politik digital semakin dipenuhi dengan manipulasi informasi, yang dapat membentuk persepsi publik secara signifikan.²⁸ Menjelang pemilu 2024, Gubernur Sumatera Barat, Mahyeldi juga menegaskan bahwa potensi penyebaran hoaks di media sosial sangat tinggi menjelang Pemilu 2024. Ia menjelaskan bahwa informasi yang disebar di media sosial itu berdasarkan fakta, maka dari itu masyarakat dianjurkan untuk tidak mudah terpengaruh dan lebih kritis dalam menerima informasi.²⁹

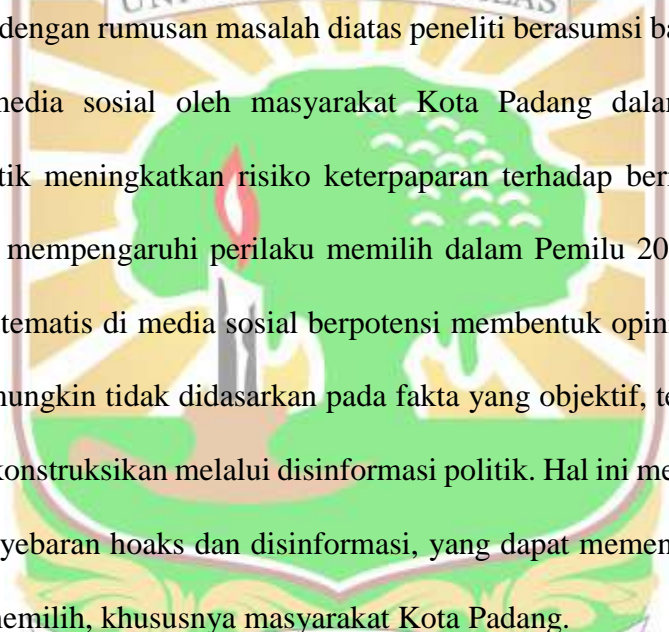
Berdasarkan penelitian Mhd Hafidz, masyarakat Kota Padang dihadapkan pada paparan tinggi terhadap berita politik, baik dari media massa konvensional maupun digital. Lebih lanjut, penelitian ini menemukan bahwa selektivitas pemilih dalam memperoleh informasi di Kota Padang sangat dipengaruhi oleh konsumsi

²⁷ Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, Laporan Hasil Survey Penetrasi Internet Indonesia Tahun 2024, survei.apjii.or.id, 2024

²⁸ Wardle dan Derakhshan, Information Disorder: Toward an Interdisciplinary Framework for Research and Policy Making, *Council of Europe report*, October 2017, hal. 31-32.

²⁹ Elfisha, Gubernur Sumbar ingatkan potensi informasi hoaks jelang Pemilu 2024, Antara Sumbar, 2 Oktober 2023. Diakses melalui, <https://sumbar.antaranews.com/berita/583581/gubernur-sumbar-ingatkan-potensi-informasi-hoaks-jelang-pemilu-2024>. Pada 05 Agustus 2024, 8:43 WIB.

berita politik.³⁰ Selain itu Polda Sumbar mengakui bahwa penyebaran hoaks di media sosial sangat cepat dan meresahkan masyarakat. Upaya kolaboratif antara kepolisian, pemerintah, dan masyarakat untuk memantau dan mencegah hoaks dilakukan dalam *focus group discussion* (FGD) dengan tema Kolaborasi Pencegahan Berita Hoax Dimedia Sosial Dalam Mewujudkan Kamtibmas yang Kondusif di Sumatera Barat.³¹



Sesuai dengan rumusan masalah diatas peneliti berasumsi bahwa, tingginya penggunaan media sosial oleh masyarakat Kota Padang dalam memperoleh informasi politik meningkatkan risiko keterpaparan terhadap berita hoaks, yang pada akhirnya mempengaruhi perilaku memilih dalam Pemilu 2024. Penyebaran hoaks yang sistematis di media sosial berpotensi membentuk opini dan preferensi politik, yang mungkin tidak didasarkan pada fakta yang objektif, tetapi lebih pada narasi yang dikonstruksikan melalui disinformasi politik. Hal ini membuka peluang besar bagi penyebaran hoaks dan disinformasi, yang dapat memengaruhi persepsi dan perilaku memilih, khususnya masyarakat Kota Padang.

Sesuai dengan data dan rumusan masalah diatas maka pertanyaan penelitian dalam penelitian ini adalah bagaimana hubungan intensitas menerima berita hoaks terhadap perilaku memilih masyarakat Kota Padang pada pemilihan presiden 2024?

³⁰ El Passa, *loc.cit.*

³¹ Tribрата News, Cegah Penyebaran Informasi Hoaks, Polda Sumbar Libatkan Instansi dan Masyarakat Awasi Media Sosial, tribrataneews.polri.go.id, 30 September 2021. Diakses melalui, <https://tribrataneews.polri.go.id/blog/nasional-3/cegah-penyebaran-informasi-hoaks-polda-sumbar-libatkan-instansi-dan-masyarakat-awasi-media-sosial-24445>. Pada 26 Juni 2025, 10:05 WIB.

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian yang ingin dicapai oleh peneliti yaitu untuk mendeskripsikan dan menjelaskan hubungan intensitas menerima berita hoaks terhadap perilaku memilih masyarakat Kota Padang pada pemilihan presiden 2024.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Akademis

Studi ini akan membantu menjelaskan dan memahami bagaimana hoaks memengaruhi perilaku memilih masyarakat Kota Padang dalam pemilihan presiden 2024. Dalam kajian ilmu politik, pemahaman mengenai perilaku memilih penting untuk menganalisis dinamika demokrasi di era digital. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat dijadikan ilmu baru terkait hubungan intensitas menerima hoaks terhadap perilaku memilih, khususnya masyarakat di Kota Padang.

1.4.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi wawasan bagi berbagai pihak, seperti penyelenggara pemilu, partai politik, media, serta masyarakat umum, dalam menghadapi tantangan informasi di era digital. Bagi masyarakat, penelitian ini dapat meningkatkan kesadaran akan pentingnya literasi digital dan sikap kritis dalam menyikapi informasi yang beredar di media sosial.