



**ANALISIS PESAN KONTEN HOAKS #PEMILU2024  
PADA MEDIA SOSIAL TIKTOK**

**TESIS**

**CHARISMA DINA WULANDARI 2210422002**

**UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
PROGRAM MAGISTER  
2024**



**ANALISIS PESAN KONTEN HOAKS #PEMILU2024  
PADA MEDIA SOSIAL TIKTOK**

**TESIS**

**Maksud penulisan tesis adalah untuk memenuhi sebagian syarat dalam  
memperoleh gelar sarjana S-2 program studi Ilmu Komunikasi**

**CHARISMA DINA WULANDARI 2210422002**

**UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
PROGRAM MAGISTER  
2024**

## PERNYATAAN ORISINALITAS

Tesis ini adalah hasil karya sendiri, dan semua sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Charisma Dina Wulandari  
NIM : 2210422002  
Tanggal : 31 Januari 2025

Bila mana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan saya ini, maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, 31 Januari 2025

Yang Menyatakan,



**Charisma Dina Wulandari**

## **PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TESIS UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

---

Sebagai civitas akademika Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Charisma Dina Wulandari  
NIM. : 2210422002  
Fakultas : Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Jenis Karya : Tesis

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta Hak Bebas Royalti Non Ekklusif (*Non Exclusive Royalty Free Right*) atas Tesis saya yang berjudul:

### **ANALISIS PESAN KONTEN HOAKS #PEMILU2024 PADA MEDIA SOSIAL TIKTOK**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Tesis saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 31 Januari 2025

Yang menyatakan,



**Charisma Dina Wulandari**

## PENGESAHAN TESIS

NAMA : Charisma Dina Wulandari  
NIM : 2210422002  
PROGRAM STUDI : Ilmu Komunikasi  
JUDUL : Analisis Pesan Konten Hoaks #Pemilu2024 Pada Media Sosial Tiktok

Telah berhasil dipertahankan dihadapan Tim Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Magister pada Program Studi S2 Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.

Pembimbing 1



**Munadhil Abdul Muqsith, Ph.D**

Pembimbing 2



**Dr. Radita Gora Tayibnapis, M.M.**

Penguji 1



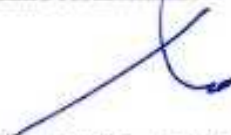
**Dr. Drina Intyaswati, M.Si.**

Penguji 2



**Dr. Priyono Sadjijo**

Ketua Program Studi  
S2 Ilmu Komunikasi



**Munadhil Abdul Muqsith, Ph.D**

Ditetapkan di : Jakarta  
Tanggal Ujian : 27 September 2024

# ANALISIS PESAN KONTEN HOAKS #PEMILU2024 PADA MEDIA SOSIAL TIKTOK

Charisma Dina Wulandari

## Abstrak

*Hashtag #Pemilu2024* di TikTok mendapat 624 unggahan dan 121.428 likes, mencerminkan tingginya antusiasme masyarakat, tetapi juga diiringi penyebaran hoaks yang memengaruhi opini publik. Berdasarkan data Kominfo, sejak Januari 2022 telah teridentifikasi 117 isu hoaks terkait pemilu melalui Automated Identification System (AIS). Penelitian ini menggunakan metode mixed methods dengan desain sekuensial eksplorasi, menggabungkan *Naïve Bayes* untuk analisis sentimen serta analisis jaringan komunikasi menggunakan Gephi. Data diperoleh melalui web scraping (Januari–Juni 2023), menghasilkan 600 komentar dengan 57,24% positif, 30,68% negatif, dan 12,08% netral, serta akurasi model 87,37%. Hasil penelitian menunjukkan bahwa hoaks tersebar dalam cluster tematik, dengan kata kunci "*Prabowo*," "*gaji*," dan "*dana desa*" sebagai pusat wacana. Tema utama meliputi calon presiden, keuangan, pemikiran, makanan, dan pendidikan. Prabowo menjadi topik dominan, sering kali terkait klaim kebijakan dan janji kampanye yang tidak terverifikasi. Hoaks dalam tema keuangan banyak memanipulasi isu gaji ASN, tunjangan, dan subsidi, memengaruhi opini publik yang berkepentingan dengan kesejahteraan sosial. Hoaks tidak menyebar secara acak, melainkan mengikuti pola komunikasi berbasis kelompok. Oleh karena itu, strategi mitigasi harus difokuskan pada penguatan literasi digital, bukan hanya penghapusan konten hoaks. Pemahaman atas pola penyebaran hoaks dan dinamika sentimen publik diharapkan dapat menjadi referensi kebijakan komunikasi digital selama Pemilu 2024.

**Kata Kunci:** Analisis Sentimen, Hoaks, *Naïve Bayes*, Pemilu 2024, TikTok.

# **MESSAGE ANALYSIS OF #PEMILU2024 HOAXES CONTENT ON TIKTOK SOCIAL MEDIA**

**Charisma Dina Wulandari**

## ***Abstract***

*The hashtag #Pemilu2024 on TikTok has garnered 624 posts and 121,428 likes, reflecting the high public enthusiasm for the election while also being accompanied by the spread of hoaxes that influence public opinion. According to Kominfo data, since January 2022, 117 hoax issues related to the election have been identified through the Automated Identification System (AIS). This study employs a mixed methods approach with a sequential exploratory design, combining Naïve Bayes for sentiment analysis and communication network analysis using Gephi. Data was collected through web scraping (January–June 2023), yielding 600 comments, with 57.24% positive, 30.68% negative, and 12.08% neutral sentiments, achieving a model accuracy of 87.37%. The findings reveal that hoaxes spread within thematic clusters, with keywords such as "Prabowo," "salary," and "village funds" as discourse centers. The main themes include presidential candidates, finance, ideology, food, and education. Prabowo emerged as the most dominant topic, frequently associated with unverified policy claims and campaign promises. Hoaxes in the financial theme often manipulate issues related to civil servant salaries, allowances, and subsidies, influencing public opinion regarding social welfare policies. Hoaxes do not spread randomly but follow group-based communication patterns. Therefore, mitigation strategies should focus on strengthening digital literacy, rather than merely removing hoax content. Understanding hoax dissemination patterns and public sentiment dynamics is expected to serve as a reference for digital communication policies and effective mitigation strategies during the 2024 election.*

**Keywords:** *Sentiment Analysis, Hoax, Naïve Bayes, 2024 Election, TikTok.*

## KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis yang berjudul **“Analisis Pesan Konten Hoaks #Pemilu2024 pada Media Sosial TikTok”** ini sebagai salah satu syarat untuk meraih gelar Magister Ilmu Komunikasi di Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta.

Tesis ini bertujuan untuk menganalisis penyebaran hoaks selama penyelenggaraan Pemilu 2024 di media sosial TikTok, dengan menggunakan pendekatan *mixed method*. Melalui penelitian ini, penulis berharap dapat memberikan kontribusi terhadap literatur akademis sekaligus menawarkan rekomendasi praktis untuk menangani penyebaran hoaks secara lebih efektif.

Dalam proses penulisan tesis ini, penulis mendapatkan banyak dukungan, arahan, dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Prof. Dr. Anter Venu, M.A., Comm., selaku Rektor Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta, yang telah memberikan kesempatan dan dukungan kepada penulis untuk menempuh studi di program Magister Ilmu Komunikasi.
2. Dr. Fitria Ayuningtyas, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, yang senantiasa memberikan arahan dan dukungan dalam penyelesaian tesis ini.
3. Dr. Munadhil Abdul Muqsith, Ph.D., selaku Ketua Program Studi Magister Ilmu Komunikasi serta Dosen Pembimbing I, yang memberikan bimbingan dan motivasi selama penulis menjalani proses perkuliahan hingga penyusunan tesis serta orang yang dengan sabar dan teliti memberikan arahan, kritik, serta masukan yang sangat berarti dalam penyelesaian tesis ini.
4. Dr. Radita Gora Tayibnapis, M.M., selaku Dosen Pembimbing II, yang memberikan pandangan dan masukan yang mendalam terkait analisis dalam penelitian ini.



5. Dr. Drina Intyaswati, M.Si., selaku Dosen Penguji 1, atas waktu, bimbingan, masukan, serta arahan yang sangat berharga dalam proses penyusunan tesis ini.
6. Dr. Priyono Sadjjo, selaku Dosen Penguji 2, atas saran, kritik, dan pemikiran konstruktif yang membantu penulis dalam menyempurnakan penelitian ini.
7. Kedua orang tua penulis, yang senantiasa memberikan dukungan moral, doa, dan semangat tanpa henti selama penulis menjalani pendidikan ini.
8. Tsabdany Tzara, teman seperjuangan yang senantiasa memberikan semangat, motivasi, dan dorongan moral di saat penulis menghadapi tantangan dan hampir menyerah, sehingga penulis mampu melanjutkan proses ini dengan penuh keyakinan dan tekad.
9. Rekan-rekan mahasiswa Magister Ilmu Komunikasi UPN “Veteran” Jakarta yang telah berbagi pengalaman, ide, dan dukungan selama proses studi berlangsung.
10. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu, yang telah memberikan bantuan, baik secara langsung maupun tidak langsung, dalam penyelesaian tesis ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan tesis ini masih terdapat kekurangan dan keterbatasan. Oleh karena itu, penulis dengan terbuka menerima kritik dan saran yang konstruktif demi perbaikan karya ini di masa mendatang. Semoga tesis ini dapat memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu komunikasi, khususnya dalam konteks analisis pesan dan penanggulangan hoaks di *era digital*.

Jakarta, Januari 2025

Charisma Dina Wulandari

## DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL .....	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS .....	iii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI .....	iv
TESIS UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS.....	iv
PENGESAHAN TESIS .....	v
ABSTRAK .....	vi
<i>ABSTRACT</i> .....	vii
KATA PENGANTAR .....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR .....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
<b>BAB I     PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1     Latar Belakang .....	1
1.2     Rumusan Masalah .....	20
1.3     Batasan Masalah.....	20
1.4     Tujuan Penelitian.....	20
1.5     Manfaat Penelitian.....	21
1.6     Sistematika Penulisan.....	23
<b>BAB II    LANDASAN TEORI.....</b>	<b>25</b>
2.1     Penelitian Terdahulu .....	25
2.1.1    Teori Network Society .....	39
2.1.2    Aplikasi TikTok .....	45
2.1.3    Hoaks Sebelum Pemilu .....	49
2.1.4    Pesan Hoaks .....	54
2.1.5    Algoritma Naïve Bayes .....	56
<b>BAB III   METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>69</b>
3.1     Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	69
3.2     Metode Penelitian.....	69
3.2.1 <i>Mixed Method</i> .....	71
3.3     Teknik Pengumpulan Data .....	73
3.3.1    Pengolahan Data Awal .....	74
3.3.2 <i>Pre-Processing</i> Data .....	75
3.3.3    Pemilihan Atribut TikTok .....	75
3.3.4 <i>Language Filtering</i> .....	76
3.3.5    Eksperimen dan Hasil Pengujian.....	76
3.3.6    Evaluasi dan Hasil Validasi.....	76
3.3.7    Analisis Data dan Interpretasi Hasil.....	77
3.4     Lokasi Penelitian .....	77
3.5     Teknik Uji Instrumen .....	77

3.6	Teknik Penyajian Data .....	78
3.7	Teknik Analisis Data .....	79
3.7.1	Analisis Data Kualitatif .....	79
3.7.2	Analisis Data Kuantitatif .....	82
3.8.	Pengujian Keabsahan Data.....	85
<b>BAB IV</b>	<b>HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>70</b>
4.1	Hasil Penelitian .....	70
4.1.1	Analisis Data dan Pemrosesan Awal.....	70
4.1.2	Analisis Pola Penyebaran Konten Hoaks #Pemilu2024 di TikTok.....	99
4.1.3	Analisis Tematik Pada Hasil Hashtag #Pemilu2024 di Tiktok.....	120
4.1.4	Analisis Pesan Konten Hoaks #Pemilu2024 di Tiktok .....	122
4.1.5	Pengaruh Hoaks terhadap Opini Publik dan Delegitimasi Pemilu 2024.....	150
4.1.6	Strategi Meminimalisir Hoaks Pemilu di Aplikasi TikTok .....	153
4.2	Pembahasan.....	155
<b>BAB V</b>	<b>PENUTUP .....</b>	<b>88</b>
5.1	Kesimpulan.....	88
5.2	Saran.....	169
	<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>169</b>
	<b>RIWAYAT HIDUP</b>	
	<b>LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.	Screen Time Pengguna Media Sosial.....	2
Gambar 2.	Trend Penindakan Hoaks 2022 .....	6
Gambar 3.	<i>Library</i> .....	89
Gambar 4.	Sampling Scrapping Data Komentar TikTok #Pemilu2024.....	89
Gambar 5.	<i>Clean Text</i> .....	90
Gambar 6.	<i>Case Folding</i> .....	91
Gambar 7.	Tokenizing NLTK .....	91
Gambar 8.	<i>Filtering (Stopword Removal)</i> .....	92
Gambar 9.	<i>Stemming</i> .....	93
Gambar 10.	Polarisasi Komentar .....	93
Gambar 11.	Sentimen Komentar TikTok.....	94
Gambar 12.	Hasil <i>Classification Report</i> .....	94
Gambar 13.	<i>Confussion Matrix</i> .....	95
Gambar 14.	Contoh Prediksi Naïve Bayes.....	98
Gambar 15.	Pola Penyebaran Konten Hoaks #Pemilu2024 di TikTok.....	100
Gambar 16.	Pencarian #Pemilu2024 di TikTok.....	122
Gambar 17.	Tangkapan Layar Video TikTok (Pertama) .....	126
Gambar 18.	Komentar Dari ZZg.id.....	128
Gambar 19.	Komentar Dari Nadi Astina.....	129
Gambar 20.	Komentar Dari Fandi Juliadi Bakhti .....	130
Gambar 21.	Tangkapan Layar Video TikTok (Kedua).....	131
Gambar 22.	Komentar Dari Triple_T Store .....	133
Gambar 23.	Komentar Dari SanzZ.....	134
Gambar 24.	Komentar dari D.Yogs .....	136
Gambar 25.	Tangkapan Layar Video TikTok (Ketiga).....	137
Gambar 26.	Komentar Dari Bojan Hendra .....	139
Gambar 27.	Komentar Dari <i>Qwerty</i> .....	140
Gambar 28.	Komentar Dari Jekson Situmorang .....	142

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.	Perbandingan Pengguna Media Sosial ( <i>Facebook, Instagram</i> dan <i>TikTok</i> ) di Dunia .....	1
Tabel 2.	Komentar Video #Pemilu2024 TikTok.....	70
Tabel 3.	Skema Tematik Pada Hasil Hashtag #Pemilu2024 di Tiktok .....	121

## **DAFTAR LAMPIRAN**

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

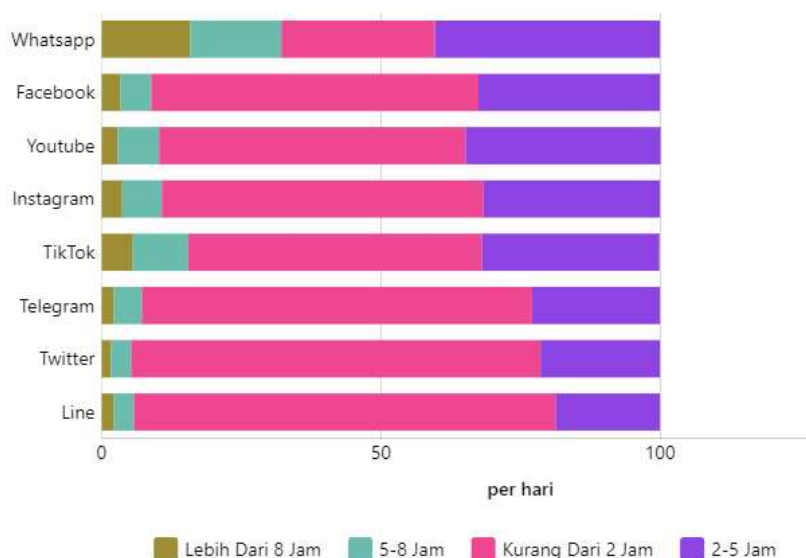
Media sosial adalah hal yang tak dapat dipisahkan dari kehidupan sehari-hari. *Media social* memberikan kemudahan dalam mencari informasi, berkomunikasi, hiburan dan bahkan mencari jasa atau barang tertentu, kekurangan *Media Social* juga dapat mengganggu produktivitas setiap orang yang menjadi kurang efisien (Bozan & Treré, 2024). *Media social* yang kerap digunakan untuk hal tersebut adalah Facebook, Instagram dan TikTok. Berikut adalah perbandingan ketiga *media social* berdasarkan dari jumlah pengguna.

**Tabel 1. Perbandingan Pengguna Media Sosial  
(Facebook, Instagram dan TikTok) di Dunia**

NO	TAHUN	Facebook	Instagram	TikTok
1.	2018	1 Milyar	800 Juta	150 Juta
2.	2019	1,2 Milyar	1,1 Milyar	400 Juta
3.	2020	1,3 Milyar	1,2 Milyar	700 Juta
4.	2021	1,3 Milyar	1,1 Milyar	1,3 Milyar
5.	2022	1,2 Milyar	1 Milyar	1,65 Milyar

Sumber : Berbagai Berita di *Google*

Menurut tabel 1 Facebook pada tahun 2018 hingga 2021 mengalami kenaikan pengguna, namun pada tahun 2022 merosot menjadi 1,2 Milyar pengguna. Pada Instagram juga mengalami penurunan sejak tahun 2021 dari 1,2 Milyar pengguna menjadi 1,1 milyar pengguna ditahun 2021 dan ditahun 2022 menjadi 1 Milyar pengguna. Berbeda dengan TikTok terus mengalami kenaikan pengguna dari 150 juta pengguna di tahun 2018, 400 juta pengguna ditahun 2019, 700 juta pengguna ditahun 2020, 1,3 milyar pengguna ditahun 2021 dan 1,65 milyar pengguna di tahun 2022. Hal tersebut membuktikan bahwa TikTok penggunanya terus bertambah semakin tahun semakin banyak yang menggunakan. Masyarakat menyukai konsep video yang disuguhkan TikTok, algoritma yang cepat membaca minat berdasarkan apa yang dicari, disukai dan dibagikan. Untuk mendukung penelitian berikut adalah screen time pengguna *media social*.



Sumber: (Bill Clinton & Wahyunanda Kusuma Pertiwi, 2023)

### Gambar 1. Screen Time Pengguna Media Sosial

Menurut gambar 1 data dari Katadata Media Network menyatakan bahwa tahun lalu TikTok diakses oleh 16,7%, sementara tahun ini mencapai 29,8% responden. TikTok adalah konstruk sosial baru dengan pengelompokan berdasarkan ketertarikan masing masing individu (Savic, 2021). TikTok menarik perhatian internasional sebagai platform video pendek dengan berbagai fitur yang memfasilitasi pembuatan ulang video populer dengan mudah (Bondy et al., 2021). Studi saat ini menyelidiki peran meme sains di TikTok dan peran potensial mereka dalam komunikasi sains (Zeng et al., 2021). Efek *digitalisasi* harus tetap menjunjung norma-normal sosial masyarakat ditengah terkikisnya budi pekerti bermedia sosial (Jenkins, 2020). Fenomena TikTok pun terlihat dari rata-rata durasi penggunaan media sosial tersebut. Tik Tok digunakan lebih dari 2 jam per hari oleh 47,4% responden, mengalahkan Facebook dan Instagram yang sama memiliki akses membagi dan mengunggah video singkat yang dapat di *share* dan dilihat oleh berbagai negara. Dengan rincian, 5,6% responden mengatakan menghabiskan durasi lebih dari 8 jam di TikTok, 9,9% menggunakan sekitar 5-8 jam, 31,8% menggunakan sekitar 2-5 jam dalam sehari. Dari data diatas dapat dilihat bahwa TikTok menunjukkan eksistensinya dalam aplikasi video singkat yang populer dalam dunia maya. Di Indonesia pengguna TikTok termasuk yang



terbanyak di Asia Tenggara hal tersebut juga disebabkan naiknya pengguna internet. Perkembangan generasi *digital* di Indonesia memiliki kemampuan yang signifikan dalam menggunakan *media digital* (Lindawati, 2022).

Peningkatan pengguna internet di Indonesia per Januari 2023 ini tercatat mencapai 212,9 juta. Jumlah ini naik dari tahun 2021. Dalam data yang sama, total populasi Indonesia disebut mencapai 276,4 juta jiwa per Januari 2023, meningkat 1,8 juta dari total populasi per 2022 lalu. Adapun sebanyak 98,3 persen pengguna Indonesia mengakses internet melalui perangkat telepon seluler mobile phones (Bill Clinton & Wahyunanda Kusuma Pertiwi, 2023). Meningkatnya jumlah pengguna internet di Indonesia mampu memunculkan budaya baru seperti pada laporan hasil survei Kemkominfo bersama *Katadata Insight Center (KIC)*. Disebutkan bahwa media sosial kini menjadi rujukan informasi masyarakat Indonesia dengan persentase 72,6 persen dan bertahan dari tahun 2020 hingga 2022 mengalahkan televisi dan portal media daring (Clinton, 2023).

Perkembangan budaya pada masyarakat Indonesia menunjukkan adanya perubahan yang signifikan dalam pola perilaku dan kebiasaan sehari-hari yang dipengaruhi oleh kemajuan teknologi, terutama internet dan *smartphone*. Berdasarkan riset, sebanyak 69% masyarakat memilih tempat tidur sebagai lokasi utama untuk berselancar di internet menggunakan *smartphone*. Selain itu, kebiasaan ini diikuti oleh aktivitas seperti saat menunggu seseorang, menonton televisi, berkumpul bersama keluarga, bekerja atau kuliah, hingga saat berada di kamar mandi. Fenomena ini menunjukkan bahwa teknologi *digital* telah terintegrasi dengan berbagai aspek kehidupan individu, tanpa memandang waktu maupun tempat.

Media sosial sering digunakan sebagai alat untuk membangun opini publik, baik positif maupun negatif, terhadap kandidat politik tertentu (Tayibnaps & Proborini, 2024). Perubahan lain yang signifikan adalah pergeseran pola interaksi sosial. Jika sebelumnya masyarakat lebih banyak berinteraksi secara langsung atau tatap muka, kini interaksi lebih sering dilakukan secara tidak langsung melalui perangkat digital. Hal ini mencerminkan peningkatan ketergantungan masyarakat pada teknologi, yang juga memengaruhi dinamika hubungan antarindividu dalam kehidupan sehari-hari.

Selain itu, tingginya arus informasi yang masuk melalui media digital turut membawa pengaruh budaya luar yang semakin mudah diakses. Budaya luar ini tidak hanya memengaruhi gaya hidup, tetapi juga pola pikir masyarakat yang cenderung berubah menjadi lebih instan. Masyarakat kini lebih mengutamakan hasil cepat tanpa melalui proses yang panjang, mencerminkan pergeseran signifikan dalam preferensi mereka terhadap efisiensi dan kenyamanan.

(Nurrahmi & Syam, 2020) Dalam situasi seperti ini, terjadi konflik di antara kelompok masyarakat. Sebagian kelompok menginginkan perubahan yang cepat untuk menyesuaikan diri dengan perkembangan teknologi dan budaya global, sedangkan kelompok lainnya menginginkan perubahan yang bertahap untuk tetap mempertahankan nilai-nilai tradisional dan stabilitas sosial. Perbedaan perspektif ini menyoroti tantangan budaya yang dihadapi masyarakat Indonesia dalam menghadapi arus modernisasi yang kian deras (Nurrahmi & Syam, 2020). Dalam kondisi seperti itu, terjadi konflik antara sebagian masyarakat yang menginginkan perubahan cepat dengan sebagian masyarakat yang menginginkan perubahan secara bertahap (Alkatiri, 2007).

Perkembangan teknologi ini merupakan salah satu bagian dari budaya karena tidak dapat dipisahkan dan menyatu pada kehidupan manusia. Hal tersebut juga membuat setiap individu kesulitan dalam mengolah apakah informasi tersebut benar atau hoaks karena banyak informasi yang berbeda beda dalam suatu topik tertentu. Seperti pada Pemilihan Umum Legislatif Indonesia (Pileg) dan Pemilihan Umum Presiden Indonesia (Pilpres) secara serentak pada April 2019. Setelah periode Pileg dan Pilpres 2019 selesai, isu hoaks di Indonesia mengalami penurunan yang sangat drastis. Tetapi pada tahun 2020, hoaks yang beredar di masyarakat mengalami kenaikan kembali karena adanya pemberitaan terkait dengan isu hoaks COVID-19. Di eropa saat COVID-19 masyarakat disana menyebut sebagai era berita palsu, maka sangat penting untuk fokus pada peran “palsu” dalam kerangka kerja kita dan bagaimana hal itu berkaitan dengan perubahan sosial yang radikal saat ini (Paolucc, 2023). Terbukti dengan adanya 310 kasus hoaks virus corona yang beredar di bulan Januari 2020. Berikut adalah total kasus hoaks dari Januari 2022 hingga September 2022 (Wulandari, 2020).

Pada September 2022, NewsGuard menganalisis 20 hasil teratas dari 27 pencarian di TikTok terkait topik berita dan menemukan bahwa 19,5 persen video yang disarankan mengandung klaim palsu atau menyesatkan. Penelitian ini juga membandingkan hasil pencarian antara TikTok dan Google untuk berbagai topik, seperti penembakan di sekolah, aborsi, COVID-19, pemilihan umum di AS, perang Rusia-Ukraina, dan isu-isu lainnya, guna melihat perbedaan kualitas dan akurasi informasi yang disampaikan di kedua *platform* (Wulandari, 2020). Pada tahun 2022 terdapat beberapa kasus hoaks di Indonesia, berikut laporan yang dibuat POLRI.

Hasil analisis tersebut mengungkapkan bahwa algoritma TikTok cenderung menyajikan konten yang lebih sensasional dan kontroversial dibandingkan dengan Google. Hal ini menciptakan risiko serius, karena konten yang menyesatkan sering kali mendapatkan eksposur yang lebih luas dan berpotensi memengaruhi opini publik secara signifikan. Misalnya, dalam topik terkait COVID-19, *video* dengan klaim palsu atau tidak terverifikasi sering kali lebih menarik perhatian pengguna karena penggunaan narasi emosional dan visual yang dramatis. Sebaliknya, Google cenderung menyajikan hasil pencarian yang lebih kredibel karena mengutamakan situs berita resmi dan informasi berbasis fakta dalam algoritmenya.

Di Indonesia, dampak penyebaran hoaks melalui *platform digital* juga menjadi perhatian utama. Berdasarkan laporan POLRI pada 2022, terdapat peningkatan signifikan dalam jumlah kasus hoaks, terutama yang terkait dengan isu politik, pandemi, dan konflik internasional. Hoaks ini sering kali disebarluaskan melalui media sosial seperti TikTok, yang memungkinkan konten viral dalam waktu singkat. Kecepatan penyebaran informasi palsu ini menjadi tantangan besar bagi pihak berwenang dalam mengontrol dan mengedukasi masyarakat agar tidak mudah terpengaruh oleh konten yang tidak diverifikasi. Oleh karena itu, penguatan literasi digital menjadi langkah penting untuk meningkatkan kemampuan masyarakat dalam memilah informasi yang benar dan akurat.



Sumber : (Pusiknas Bareskrim Polri, 2022)

**Gambar 2. Trend Penindakan Hoaks 2022**

Dengan jumlah pengguna media sosial yang meningkat juga berpengaruh pada tindak pidana penyebaran berita bohong atau hoaks (Pusiknas Bareskrim Polri, 2022). Satuan kerja yang menindak kasus penyebaran berita bohong alias hoaks di Indonesia bertambah pada 2022 bila dibandingkan dengan 2021. Peningkatannya mencapai lebih 100 persen. Data itu berasal dari E-MP Robinopsnal Bareskrim Polri periode 1 Januari hingga artikel ini ditulis, Jumat 30 September 2022. Data tersebut menunjukkan kepolisian menindak 113 kasus penyebaran berita bohong. Polri mendapatkan laporan dari 113 pelapor dan menindak 111 orang terlapor (Pusiknas Bareskrim Polri, 2022).

Pada Oktober 2023, Kementerian Komunikasi dan Informatika merilis siaran pers yang menyoroti peningkatan signifikan jumlah isu hoaks menjelang Pemilu. Berdasarkan siaran pers Kementerian Komunikasi dan Informatika No. 422/HM/KOMINFO/10/2023, yang dirilis pada Jumat, 27 Oktober 2023, tercatat bahwa jumlah isu hoaks terkait Pemilu meningkat hampir 10 kali lipat dibandingkan tahun sebelumnya, mencapai 91 isu hoaks yang diidentifikasi sejak Januari hingga 26 Oktober 2023. Fenomena ini tidak hanya menjadi tantangan dalam ranah teknologi, tetapi juga menimbulkan ancaman serius terhadap integritas demokrasi dan persatuan bangsa.

Fenomena hoaks telah menjadi salah satu tantangan serius dalam *era digital*. Dengan berkembangnya teknologi internet, penyebaran informasi palsu atau

disinformasi telah mencapai skala yang masif. Dalam konteks Pemilu 2024, media sosial seperti TikTok memainkan peran besar sebagai medium penyebaran informasi, termasuk hoaks. Sebagaimana dijelaskan oleh (Muqsith, Pratomo, et al., 2021), internet mempercepat penyebaran hoaks ke level yang berbeda, di mana opini publik lebih banyak dipengaruhi oleh emosi subjektif dibandingkan fakta objektif. Hal ini mencerminkan era post-truth, di mana kebenaran menjadi prioritas sekunder.

Hoaks tidak hanya menciptakan kebingungan di kalangan masyarakat, tetapi juga berpotensi memengaruhi demokrasi, seperti yang pernah terjadi pada pemilu di berbagai negara, termasuk Amerika Serikat dan Inggris. Penyebaran hoaks di media sosial, seperti TikTok, mengindikasikan perlunya analisis mendalam untuk memahami pola penyebaran dan dampaknya pada perilaku pemilih (Muqsith, Pratomo, et al., 2021).

Penyebaran hoaks, khususnya terkait Pemilu 2024, menunjukkan adanya dinamika baru dalam interaksi media sosial. TikTok, sebagai salah satu platform yang populer di kalangan masyarakat Indonesia, menjadi medium strategis bagi berbagai pihak untuk menyebarkan informasi, termasuk hoaks. Seperti yang dijelaskan oleh (Muqsith, Pratomo, et al., 2021), penyebaran informasi palsu menggunakan media sosial dapat berdampak pada opini publik secara signifikan, bahkan mampu menciptakan polarisasi sosial.

Hoaks pemilu sering kali memanfaatkan narasi emosional untuk menarik perhatian *audiens*. Menurut penelitian, media sosial memberikan ruang bagi aktor tertentu untuk menyebarkan informasi palsu melalui konten yang menarik perhatian, termasuk *video* pendek dan komentar provokatif di TikTok. Dalam konteks ini, penting untuk memahami bagaimana pola penyebaran hoaks terbentuk di TikTok dan bagaimana pengguna bereaksi terhadap konten tersebut.

Penyebaran informasi palsu atau hoaks melalui media sosial telah menjadi tantangan global, sebagaimana diungkapkan dalam penelitian sebelumnya yang menyoroti dampak berita palsu pada pemilu Amerika Serikat, Brexit, dan konflik Ukraina. Propaganda di media sosial sering digunakan untuk mengarahkan opini publik melalui teknik manipulasi simbol dan narasi emosional (Muqsith, Kuswanti, et al., 2021)

Dalam konteks TikTok, algoritma *platform* mempermudah penyebaran konten secara masif. Hal ini menjadi perhatian serius dalam Pemilu 2024, di mana hashtag seperti #Pemilu2024 menjadi alat untuk mendistribusikan hoaks. Seperti pada kasus lain, penyebaran hoaks politik bertujuan membangun narasi tertentu yang memengaruhi kepercayaan dan preferensi politik masyarakat (Muqsith, Kuswanti, et al., 2021). Oleh karena itu, penelitian ini mendalami pola penyebaran konten hoaks di TikTok, dengan menggunakan pendekatan analisis pesan untuk mengidentifikasi narasi yang dominan dan pengaruhnya terhadap opini publik dan memberikan kontribusi akademik yang dapat membantu mengembangkan strategi dalam meminimalkan dampak negatif hoaks selama proses pemilu.

Penyebaran berita palsu dan disinformasi yang beragam ini banyak ditemukan di berbagai *platform* media sosial (Kim & Kim, 2023). Media sosial memiliki pengaruh besar terhadap dinamika sosial dan utilitas masyarakat. Disinformasi yang terus meningkat dapat memperparah polarisasi, terutama ketika pemerintah sedang berada dalam posisi yang lemah (Pérez-Escolar et al., 2023). Di tengah situasi ini, hashtag #Pemilu2024 menjadi semakin trending di TikTok, mencerminkan persaingan ketat antar pasangan calon dan tim sukses mereka yang berlomba-lomba mempromosikan keunggulan masing-masing guna menarik perhatian masyarakat. Fenomena ini menggambarkan bagaimana media sosial menjadi medan penting dalam membentuk opini publik dan memperkuat polarisasi di masa Pemilu.

Namun, pada kenyataannya, tingkat demokrasi suatu negara berpengaruh signifikan terhadap pola polarisasi yang terjadi. Negara-negara dengan demokrasi maju cenderung mengalami polarisasi yang lebih kuat dan berakar pada perbedaan ideologi yang mendalam. Sebaliknya, negara-negara dengan demokrasi yang belum matang atau cacat cenderung menghadapi polarisasi bersifat sementara, yang biasanya dipicu oleh masalah atau momentum tertentu (Jati, 2022).

Calon Presiden dan Calon Wakil Presiden beserta tim sukses mereka memanfaatkan *fitur seperti Live* di TikTok untuk menyampaikan pesan dan membangun kedekatan dengan audiens. Namun, di balik itu, persaingan antar *buzzer* semakin intensif, dengan upaya memengaruhi opini publik secara agresif. Salah satu kelemahan utama TikTok adalah tingginya risiko penyebaran informasi

palsu atau hoaks serta penggiringan opini. Persepsi seseorang terhadap isu publik yang kontroversial sering kali dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti pengalaman pribadi, kelompok referensi di sekitarnya, dan opini publik yang berkembang (Lin, 2022).

Buzzer kerap menyerang dengan memberikan komentar negatif pada *video* paslon oposisi. Banyak *video* yang diunggah dari akun-akun fake berisi narasi yang menyudutkan paslon oposisi dan mendukung paslon yang mereka dukung. Tindakan ini berpotensi menyesatkan pemilih yang kurang kritis dalam memeriksa fakta (Nurhidayah, 2024). Ancaman misinformasi dan disinformasi tersebut dapat merusak kepercayaan masyarakat terhadap informasi faktual dan berita yang otentik, sehingga mengancam kualitas demokrasi (Hameleers, 2023).

Tantangan etika dalam berkampanye di media sosial TikTok semakin kompleks dengan maraknya penggunaan *buzzer*. Kehadiran *buzzer* memaksa masyarakat untuk lebih teliti dalam memeriksa kebenaran informasi, termasuk memverifikasi sumber informasi dan kredibilitas akun yang menyebarkannya. Dalam konteks ini, literasi media *digital* menjadi sangat penting, karena dapat membantu masyarakat bersikap lebih kritis dalam menilai video atau konten yang mereka temui di TikTok. Literasi *digital* kini mendapat perhatian besar, baik dari masyarakat maupun pemerintah Indonesia, terutama untuk membekali generasi muda dengan kemampuan menghadapi informasi yang semakin kompleks (Luthfia et al., 2021).

Media sosial tidak hanya berperan di tingkat lokal tetapi juga secara global, memengaruhi kondisi sosial, budaya, dan politik di berbagai lingkungan (Nissenbaum & Freud, 2021). Meskipun digitalisasi telah membawa banyak manfaat dalam domain media, berbagai studi mengungkapkan adanya ambiguitas terkait konsep dan implementasinya. *Digitalisasi* dapat merujuk pada pembangunan infrastruktur teknologi masyarakat dan negara, tetapi juga dapat mencerminkan preferensi individu dalam menggunakan media digital (Su et al., 2020a).

Selain itu, *buzzer* sering kali digunakan untuk menyerang pasangan calon presiden dan wakil presiden oposisi dengan cara yang tidak etis, seperti menyebarkan narasi keji yang bersifat memfitnah. Dalam situasi seperti ini, literasi media digital berperan penting dalam membantu masyarakat memahami

berbagai sudut pandang, sehingga tidak mudah terjebak dalam opini yang menggiring atau informasi yang menyesatkan. Literasi *digital* memungkinkan masyarakat untuk mengenali pola penyebaran informasi palsu dan hoaks, sehingga mampu membuat keputusan yang lebih cerdas dan terinformasi.

*Trending #Pemilu2024* menjadi salah satu fenomena yang menarik perhatian besar di media sosial TikTok. Popularitas tagar ini didorong oleh dinamika yang terjadi menjelang Pemilu 2024, termasuk meningkatnya diskusi publik mengenai pasangan calon, isu-isu politik, hingga konten viral yang memengaruhi opini masyarakat. Di sisi lain, potensi terjadinya konflik dan polarisasi sosial juga semakin tinggi, mengingat atmosfer politik yang semakin memanas. Pelaksanaan pemilu serentak di seluruh wilayah Indonesia menambah kompleksitas, sehingga wacana mengenai keamanan dan stabilitas selama pemilu menjadi perhatian yang sangat mendesak.

Topik ini dipilih karena Pemilu 2024 menjadi momentum penting dalam perjalanan demokrasi Indonesia, tetapi juga menyimpan risiko kerawanan konflik. Fenomena ini sejalan dengan pengalaman pada pemilu sebelumnya, di mana konflik kerap terjadi akibat fanatisme terhadap salah satu pasangan calon atau ideologi tertentu. Fanatisme ini sering kali diperburuk oleh penyebaran informasi palsu atau hoaks yang menggiring opini publik ke arah tertentu, menciptakan ketegangan antar kelompok pendukung.

Selain itu, peran media sosial seperti TikTok dalam menciptakan ruang diskusi virtual juga menjadi faktor penting. TikTok tidak hanya digunakan sebagai platform untuk menyampaikan aspirasi politik, tetapi juga menjadi medan persaingan narasi politik yang dapat memengaruhi persepsi masyarakat. Dengan tingginya keterlibatan masyarakat di platform ini, penting untuk memastikan bahwa informasi yang beredar bersifat faktual dan tidak memperkeruh suasana menjelang pemilu.

Alasan utama pemilihan *hashtag #Pemilu2024* terletak pada popularitasnya yang luar biasa sebagai trending topic di TikTok. Hashtag ini bukan hanya menjadi "pusat perhatian" dalam diskusi terkait Pemilu 2024 di platform tersebut, tetapi juga muncul bersamaan dengan lonjakan signifikan dalam penyebaran berita palsu atau hoaks. Di era digital saat ini, masyarakat dibanjiri oleh berbagai



informasi setiap harinya, dan media sosial sering menjadi saluran utama untuk penyebaran berita, baik yang faktual maupun yang tidak akurat (Jun, 2023). Fenomena ini memberikan peluang untuk mempelajari lebih dalam dampak konten hoaks terkait pemilu, khususnya di TikTok yang memiliki audiens dominan dari generasi muda dan sifat platform yang dinamis.

Berdasarkan data awal, *hashtag #Pemilu2024* mencatat 624 unggahan dengan jumlah like yang signifikan, mencapai 121.428. Angka-angka ini menunjukkan tingkat keterlibatan yang tinggi dari pengguna TikTok, menjadikan *platform* ini arena penting untuk diskusi dan penyebaran narasi terkait pemilu. Namun, TikTok juga memiliki sisi negatif sebagai medium yang memungkinkan penyebaran ujaran rasis atau hoaks dengan cepat hanya melalui elemen seperti suara atau *sound* (Matamoros-Fernández et al., 2022). Hal ini menciptakan tantangan tersendiri dalam menjaga integritas informasi di ruang *digital*.

Data ini semakin diperkuat oleh laporan dari Kementerian Komunikasi dan Informatika, yang mengidentifikasi sebanyak 117 isu hoaks terkait Pemilu 2024 di ruang digital. Data tersebut diperoleh oleh Tim AIS (penyaring konten negatif) Kominfo, yang mencatat bahwa hoaks ini tersebar di berbagai platform sejak Januari 2022 (Wulandari, 2020). Situasi ini menciptakan ekosistem informasi yang rentan terhadap manipulasi dan berpotensi memengaruhi opini publik secara signifikan, khususnya di platform yang banyak digunakan oleh generasi muda seperti TikTok.

Penggunaan *hashtag #Pemilu2024* di TikTok dimanfaatkan untuk memudahkan pencarian konten yang berkaitan dengan Pemilu 2024, seiring dengan masifnya pemberitaan mengenai pemilu yang akan segera dilaksanakan. Penelitian yang dilakukan oleh *Center for Digital Society (CfDS) FISIPOL UGM* menunjukkan indikasi pergerakan ‘pasukan siber’ (cyber troops) yang aktif mendukung semua calon presiden yang dipantau dalam penelitian tersebut. Temuan ini mencerminkan kesamaan strategi kampanye digital di antara ketiga calon presiden, yang menunjukkan perhatian besar terhadap pemanfaatan media sosial untuk membangun citra dan memengaruhi opini publik (Rosa, 2022).

TikTok, yang terus mengalami peningkatan jumlah pengguna di Indonesia setiap tahunnya, diyakini memainkan peran signifikan dalam Pemilu 2024.

Dengan audiens yang didominasi oleh generasi muda, platform ini menjadi salah satu alat utama dalam menyebarkan narasi politik, meningkatkan keterlibatan pemilih, dan bahkan menyebarkan konten yang dapat memengaruhi persepsi masyarakat.

Sebagai bagian dari penelitian ini, *hashtag #Pemilu2024* akan dianalisis menggunakan teknik *web scraping* untuk mengumpulkan data dalam jumlah besar dari TikTok. Teknik ini telah menjadi alat yang sangat penting bagi penelitian dan bisnis, karena kemampuannya untuk mengumpulkan informasi secara cepat dan efisien. Melalui *scraping*, penelitian diharapkan dapat mengidentifikasi pola komunikasi politik, tingkat penyebaran hoaks, serta bagaimana strategi kampanye digital memengaruhi interaksi dan keterlibatan pengguna di TikTok. Analisis ini tidak hanya memberikan wawasan tentang peran media sosial dalam pemilu, tetapi juga membantu memahami bagaimana *platform* seperti TikTok dapat membentuk opini publik di era *digital*.

Debat mengenai ruang publik *digital* menciptakan peluang besar bagi demokrasi digital untuk berkembang. Demokrasi *digital* dapat diwujudkan melalui eksplorasi informasi dan solusi yang relevan, berbagi pengetahuan antar individu dan kelompok, serta penciptaan pendekatan solusi yang terintegrasi untuk menyelesaikan berbagai tantangan dalam ruang *digital* (Sumartias et al., 2023).

Dalam konteks ini, menurut Wijayanto, Direktur Pusat Studi Media dan Demokrasi Lembaga Penelitian, Pendidikan, dan Penerangan Ekonomi dan Sosial (LP3ES), TikTok memiliki potensi besar menjadi platform utama dalam penyebaran hoaks dan politik identitas. Popularitas TikTok yang terus meningkat, terutama di kalangan generasi muda, membuat platform ini menjadi wadah strategis bagi pihak tertentu untuk menyebarluaskan informasi yang dapat memengaruhi opini publik, termasuk hoaks hingga ujaran kebencian atau *hate speech* terkait politik identitas.

Salah satu karakteristik TikTok yang menjadikannya rentan terhadap penyalahgunaan adalah algoritmenya yang mempromosikan konten berdasarkan keterlibatan pengguna tanpa terlebih dahulu memverifikasi keakuratannya. Hal ini memungkinkan konten yang mengandung hoaks atau narasi provokatif untuk

dengan cepat menjadi viral, menciptakan tantangan serius dalam menjaga ekosistem informasi yang sehat. Selain itu, di ranah politik, TikTok juga digunakan oleh kandidat untuk membangun citra dan memengaruhi agenda media melalui iklan yang dirancang secara strategis. Penelitian (Vargo & Amazeen, 2021) menunjukkan bahwa iklan politik di *platform digital* tidak hanya efektif dalam memengaruhi opini publik, tetapi juga mampu mengarahkan agenda pemberitaan di media arus utama, menjadikan TikTok sebagai salah satu aktor penting dalam kontestasi politik *modern*.

Media sosial memberikan akses luas terhadap informasi politik yang dibagikan melalui berbagai jenis hubungan, termasuk hubungan yang kuat, hubungan yang lemah, dan hubungan yang dimediasi secara laten. *Platform* ini tidak hanya memfasilitasi pemaparan berbagai sudut pandang, tetapi juga menyediakan ruang diskusi politik yang dinamis di antara anggota jaringan, sehingga memungkinkan interaksi lintas kelompok sosial dan politik (Lee, 2022a). Dalam konteks ini, format *video* singkat yang menjadi ciri khas media sosial, seperti TikTok, sangat atraktif karena mudah diproduksi dan dibagikan ulang. Hal ini berkontribusi besar pada tingginya tingkat penggunaannya, terutama di kalangan generasi muda yang mendominasi platform tersebut.

Namun, kemunculan “*buzzer*” sebagai bagian dari strategi komunikasi politik telah memperkeruh situasi. *Buzzer* sering kali digunakan oleh partai politik untuk menyebarkan narasi tertentu guna memenuhi kebutuhan dan keinginan pemilihnya. Strategi berbasis *buzzer* ini tidak hanya memengaruhi opini publik, tetapi juga berpotensi menciptakan polarisasi melalui penyebaran konten yang bersifat manipulatif atau bahkan hoaks (Wulandari et al., 2023). Kehadiran *buzzer* juga meningkatkan risiko fragmentasi informasi di mana masyarakat hanya terpapar pada konten yang mendukung pandangan atau afiliasi politik tertentu, sehingga mempersempit ruang diskusi yang sehat dan inklusif.

Dengan algoritme media sosial yang memprioritaskan keterlibatan pengguna, konten yang provokatif dan sensasional sering kali mendapatkan eksposur lebih besar dibandingkan dengan informasi yang akurat dan berbasis fakta. Hal ini menciptakan tantangan serius dalam menjaga integritas informasi politik di ruang digital. Oleh karena itu, literasi digital menjadi elemen penting

untuk meningkatkan kemampuan masyarakat dalam memverifikasi informasi dan menghindari terjebak dalam penggiringan opini yang tidak berdasar.

Penelitian *SumOfUs* menunjukkan bahwa algoritme TikTok memiliki potensi untuk memperburuk situasi terkait disinformasi politik. Dengan membuat akun baru, algoritme diuji melalui pencarian dan penayangan 20 *video* populer yang terbukti menimbulkan keraguan terhadap sistem pemilu. Dalam waktu satu jam, algoritma TikTok berubah dari menyajikan konten netral menjadi mendorong lebih banyak disinformasi pemilu, narasi terpolarisasi, ekstremisme sayap kanan, hingga klaim palsu yang semakin memperkeruh suasana politik (Luthfia et al., 2021). Fenomena ini mencerminkan bagaimana algoritme berbasis keterlibatan dapat memperbesar dampak konten negatif di *platform* tersebut.

Netizen Indonesia juga turut berkontribusi dalam meramaikan isu-isu seputar Pemilu 2024 di TikTok. Beragam informasi, baik yang akurat maupun yang menyesatkan, tersebar secara masif di platform ini. Indonesia, sebagai negara multikultural dengan berbagai kelompok etnis dan agama, menghadapi tantangan serius terkait munculnya ujaran kebencian berbasis etnoreligius serta penyebaran misinformasi dan disinformasi yang semakin masif di ranah *digital*. Menurut Nuurianti (Wicaksono, 2023) situasi ini telah menjadi masalah mendesak yang perlu segera diatasi. Selain itu, konten yang mengandung sentimen positif atau netral memiliki jangkauan yang lebih kecil dibandingkan konten yang memanfaatkan emosi agresif seperti ketakutan, kemarahan, atau kejutan. Emosi-emosi ini sangat efektif dalam memengaruhi persepsi masyarakat yang terkena dampak berita hoaks (Yadav et al., 2024).

(Bozdağ & Koçer, 2022) Durasi video yang terbatas di TikTok sering kali menjadi kendala dalam penyajian konteks yang memadai atau pengecekan fakta atas informasi yang disampaikan. Hal ini menciptakan ekosistem yang subur untuk penyebaran ujaran kebencian, misinformasi, dan hoaks, yang sering kali dimanfaatkan oleh *buzzer* untuk menggiring opini publik. Misinformasi ini mengancam prinsip-prinsip dasar jurnalistik seperti akurasi dan independensi, yang semakin terkikis akibat dominasi narasi partisan di media sosial (Bozdağ & Koçer, 2022).

Terkait hoaks pemilu, TikTok memiliki potensi besar sebagai sumber data penting untuk memahami pola penyebaran informasi yang salah dan dampaknya terhadap opini publik. Menurut Nuurianti (Wicaksono, 2023), *platform* ini berpotensi menjadi tempat berkembang biaknya aktor politik dan cyberarmies atau tentara siber yang dapat memanfaatkan algoritme TikTok untuk menyebarkan narasi tertentu, hoaks, dan ujaran kebencian, terutama jika tidak ada pengawasan yang ketat dari pihak berwenang, peneliti, serta organisasi masyarakat sipil. Dalam konteks ini, aktor-aktor tersebut dapat memengaruhi jalannya pemilu dengan memanfaatkan *konten viral* untuk membentuk persepsi publik secara masif.

Oleh karena itu, literasi *digital* masyarakat harus menjadi prioritas utama. Dengan literasi *digital* yang memadai, masyarakat dapat lebih kritis dalam menerima informasi, memverifikasi kebenaran data yang diterima, serta menghindari jebakan narasi yang tidak akurat atau manipulatif. Literasi ini juga dapat membantu masyarakat dalam mengkritisi kebijakan pemerintah secara objektif, berdasarkan informasi yang valid. Selain itu, penguatan kemampuan analitik masyarakat dapat meminimalkan dampak negatif dari algoritma *platform* seperti TikTok, yang sering kali memprioritaskan konten sensasional daripada yang berbasis fakta.

Tidak kalah penting, peran masyarakat sipil menjadi krusial dalam mengawasi eksekutif dan legislatif untuk memastikan transparansi dan akuntabilitas dalam pengelolaan isu-isu publik (Isa & Himelboim, 2018). Organisasi masyarakat sipil dapat menjadi penghubung antara masyarakat dan pemerintah, memastikan bahwa regulasi terhadap *platform digital* dilakukan secara adil dan efektif. Dengan demikian, pengawasan yang komprehensif, baik dari masyarakat sipil maupun pihak berwenang, dapat mengurangi dampak negatif penyebaran hoaks pemilu dan memperkuat demokrasi digital yang sehat.

Berbagai ahli telah mempublikasikan penelitian yang mendalam terkait analisis pesan dan hoaks, mencakup beragam pendekatan dan topik yang relevan dengan fenomena komunikasi di era *digital*. (Novantirani et al., 2015) menggunakan metode support vector machine untuk menganalisis pesan, yang merupakan salah satu teknik pembelajaran mesin yang populer dalam klasifikasi

data. (Yunita, 2016) memperluas penelitian serupa dengan menambahkan pendekatan *particle swarm optimization*, yang mengoptimalkan hasil analisis pesan melalui teknik metaheuristik.

Penelitian dari (P. Utami, 2019) fokus pada studi tentang hoaks politik dan demokrasi di era modern, menyoroti bagaimana disinformasi memengaruhi persepsi publik terhadap isu-isu politik dan mengeksplorasi sentimen media massa, mengidentifikasi pola sentimen positif, negatif, dan netral yang disampaikan melalui pemberitaan media. Penelitian dari (Siregar et al., 2022a) juga mengembangkan penelitian tentang analisis sentiment dan mengaplikasikan metode serupa secara khusus pada platform Twitter, yang menjadi salah satu media sosial dengan arus informasi paling dinamis.

Sementara itu, (Rorong, 2019) meneliti teori komunikasi yang berfokus pada analisis sentimen, memberikan dasar konseptual yang penting untuk memahami bagaimana emosi memengaruhi interaksi digital. (Siregar et al., 2022a) mendalami studi tentang ilmu komunikasi, memberikan kerangka yang lebih luas untuk mengkontekstualisasikan penelitian terkait analisis pesan. Selain itu, (Maharani & Nurafifah, 2020) menyoroti politik di Indonesia, khususnya dalam konteks digitalisasi komunikasi politik, di mana isu hoaks dan disinformasi semakin menjadi perhatian utama dalam menjaga integritas proses demokrasi. Penelitian-penelitian ini tidak hanya memperkaya literatur tentang analisis pesan dan hoaks, tetapi juga memberikan wawasan penting tentang bagaimana metode analisis dan teknologi terkini dapat digunakan untuk memahami dampak komunikasi *digital* terhadap masyarakat.

Berbagai penelitian telah dilakukan untuk menganalisis pesan, hoaks, dan sentimen di berbagai media, khususnya dalam konteks pemilu. Penelitian dari (Ulfah Siregar et al., 2019a) tentang hoaks pemilu 2019 di koran *Jawapos*, memberikan gambaran tentang pola penyebaran hoaks di media cetak dengan menggunakan metode *K-Nearest Neighbor*, sementara (Hidayati et al., 2023) memfokuskan penelitian mereka pada analisis pesan di Twitter selama Pilpres 2019 menggunakan algoritma *Naïve Bayes*. Penelitian serupa dilakukan oleh (Zellatifanny, 2019) yang mengkaji pelaku penyebaran hoaks di Twitter dan pola interaksi mereka di platform tersebut.

(Firdlous et al., 2023) meneliti tren dan isu teknologi yang berkembang, sementara (Fatmawati, 2020) fokus pada analisis sentimen di aplikasi TikTok dengan menggunakan Naïve Bayes. (Widiyanti Nugu et al., n.d.) dan (Jansen et al., 2020a) mempelajari media baru, termasuk pola belajar dan adopsi teknologi dalam komunikasi. (Prasetyo & Subagyo, 2021) meneliti analisis sentimen, sedangkan (Filemon Haganta Kaban & Yudistira, 2021) menganalisis pesan pada aplikasi E-Government berdasarkan ulasan pengguna untuk memahami persepsi publik.

Pada tahun 2022, (Anreaja et al., 2022a) meneliti penerapan algoritma Naïve Bayes dalam analisis data, sementara (Siswanto et al., 2022a), (Rahmadani et al., 2022a), (Rahmanulloh & Santoso, 2022a) serta (Perdana et al., 2022a) fokus pada isu penundaan pemilu dengan pendekatan algoritma yang sama. Pada tahun berikutnya, (Putra et al., n.d.-a) dan (Ihsaniyati et al., 2023a) meneliti komunikasi di media sosial, dengan (Setiawan, 2019) menganalisis opini masyarakat terkait Pilpres 2024. Sedangkan (Jimmy et al., 2023) meneliti penundaan pemilu 2024 di Twitter, termasuk penerapan model *Long Short-Term Memory (LSTM)* dalam analisis pesan.

Penelitian dari (Aji & Setiawan, 2023) memfokuskan penelitian mereka pada deteksi hoaks di media sosial, sedangkan (Darmawan et al., 2023) menganalisis berita hoaks secara lebih luas, mencakup pola penyebaran dan dampaknya terhadap opini publik. (D. Saputra & Pribadi, n.d.) meneliti sentimen pengguna terhadap provider telekomunikasi di Indonesia, yang menunjukkan bagaimana persepsi masyarakat terhadap layanan teknologi memengaruhi keputusan mereka. (Vindua & Zailani, 2023a) melakukan analisis sentimen terkait Pemilu 2024 berdasarkan data dari Twitter, sebuah platform yang berperan signifikan dalam membentuk diskusi publik mengenai isu politik. Penelitian-penelitian ini memanfaatkan teknologi modern dan algoritma canggih, yang memberikan kontribusi besar dalam memahami pola komunikasi digital, analisis sentimen, serta penyebaran hoaks. Temuan-temuan mereka menjadi fondasi penting dalam pengembangan literatur komunikasi digital dan memberikan wawasan mendalam untuk mengatasi tantangan informasi di era digital.

Pada jurnal internasional, berbagai penelitian mendukung pengembangan teknik analisis data *digital*. (Chadha et al., 2015) meneliti pemrosesan bahasa alami (*Natural Language Processing or NLP*), yang menjadi dasar dalam pengolahan teks di berbagai platform digital untuk mengeksplorasi peluang keterampilan penelitian dalam data sains, memberikan panduan bagi akademisi untuk mengoptimalkan teknologi terkini. (Gupta, Negi, Vishwakarma, Rawat, & Badhani, 2017) fokus pada analisis sentimen dengan menggunakan Python sebagai alat utama dalam pengolahan data. (Dawadi et al., 2021) menyelidiki metode campuran untuk menganalisis data sentimen, memberikan pandangan holistik tentang berbagai teknik analisis.

(Malik & Sibaroni, 2022a)(C. Juliane, 2021) meneliti implementasi algoritma Naïve Bayes dalam analisis pesan, yang juga dikembangkan oleh (Anreja et al., 2022b) untuk menganalisis aplikasi digital. (Motz et al., 2022a) menggunakan algoritma teks untuk analisis sentiment dan analisis data besar pada kampanye *digital* di TikTok, khususnya dengan tagar #SamaSamaBelajar. (Malik & Sibaroni, 2022a) mengembangkan analisis pesan TikTok menggunakan metode FastText Feature Expansion dan CNN (*Convolutional Neural Network*), sementara Motz dkk. (2022) memanfaatkan algoritma pembelajaran mesin dan pengolahan teks untuk analisis data yang lebih mendalam.

(Rahmanulloh & Santoso, 2022b)(Siswanto et al., 2022a; Wahyudi & Sibaroni, 2022a)(Stella et al., 2022) meneliti hoaks terkait COVID-19 dengan pendekatan NLP, memberikan wawasan tentang bagaimana informasi palsu menyebar selama krisis kesehatan global. (Siswanto et al., 2022a; Wahyudi & Sibaroni, 2022a) mempelajari analisis sentimen di TikTok menggunakan Naïve Bayes, sedangkan (Rahmanulloh & Santoso, 2022b) mengarahkan penelitiannya pada analisis pesan di Twitter dengan menggunakan Bi-LSTM dan RNN, yang menjadi pendekatan *modern* dalam pengolahan data sekuensial. (Ihsaniyati et al., 2023b) mengeksplorasi komunikasi di media sosial, memberikan perspektif baru tentang dinamika interaksi di *platform digital*.

Penelitian-penelitian ini menunjukkan perkembangan pesat dalam penerapan teknologi canggih seperti pembelajaran mesin, NLP, dan algoritma berbasis teks untuk memecahkan tantangan komunikasi modern. Kontribusi



mereka tidak hanya relevan untuk akademisi tetapi juga praktisi dalam memahami dan mengelola informasi di era digital.

Penelitian sebelumnya umumnya hanya berfokus pada analisis sentimen di Twitter terkait Pilpres 2024, baik dari segi interaksi maupun persepsi pengguna di platform tersebut. Kebaruan penelitian ini terletak pada fokusnya yang berbeda, yaitu menggunakan analisis pesan pada hashtag #Pemilu2024 di TikTok, sebuah platform yang memiliki tingkat keterlibatan pengguna yang tinggi, terutama di kalangan generasi muda. Penelitian ini memadukan analisis konten dengan algoritma Naïve Bayes untuk mengevaluasi sentimen dan komentar masyarakat yang terdapat dalam konten-konten terkait hashtag tersebut. Algoritma Naïve Bayes dipilih karena kemampuannya yang efektif dalam menganalisis data teks dan memprediksi ancaman yang muncul dari konten tertentu, sehingga memungkinkan untuk mengambil langkah mitigasi dini terhadap potensi risiko yang tidak diinginkan.

Keterlibatan tinggi pengguna TikTok menjadi dasar untuk melanjutkan analisis lebih mendalam terhadap pola komunikasi, persebaran konten, serta hoaks yang mungkin terkandung dalam hashtag #Pemilu2024. Dengan memanfaatkan metode ini, penelitian bertujuan untuk tidak hanya mengidentifikasi karakteristik hoaks yang tersebar, tetapi juga mengeksplorasi dinamika penyebaran informasi di TikTok dalam konteks Pemilu 2024. Penelitian ini berusaha untuk memberikan pemahaman yang lebih komprehensif tentang bagaimana informasi yang salah dapat memengaruhi opini publik, khususnya dalam situasi politik yang sensitif.

Pemilihan *hashtag #Pemilu2024* menjadi esensial karena relevansinya dalam merepresentasikan diskusi publik terkait Pemilu 2024 di TikTok. Selain itu, analisis ini membuka peluang untuk mengidentifikasi dampak dan pola interaksi digital masyarakat terhadap konten hoaks yang beredar di platform tersebut. Berdasarkan fenomena yang telah dijelaskan, peneliti tertarik untuk mengambil judul penelitian **“Analisis Pesan Konten Hoaks #Pemilu2024 Pada Media Sosial TikTok.”**

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang serta identifikasi masalah yang dikemukakan, maka yang menjadi rumusan masalahnya adalah

1. Bagaimana pola penyebaran konten hoaks di media sosial selama penyelenggaraan Pemilu 2024?
2. Bagaimana hoaks mempengaruhi opini publik dan mendelegitimasi penyelenggara Pemilu?

## 1.3 Batasan Masalah

Batasan masalah dari penelitian ini adalah:

1. Tidak akan menerjemahkan kata apabila ada masukan yang dianggap berbahasa asing. Dataset yang digunakan pada penelitian ini hanyalah dataset berbahasa Indonesia.
2. Penelitian ini hanya membahas proses pengklasifikasian konten hoaks dan non hoaks menggunakan *Naive Bayes* dalam bahasa pemrograman *Python* dan analisis sentimen.

## 1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi dan memahami pola penyebaran konten hoaks di media sosial selama masa Pemilu. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi mekanisme distribusi konten hoaks, termasuk peran algoritme media sosial, penggunaan hashtag, serta keterlibatan aktor-aktor seperti *buzzer* dan *cyber troops* dalam memperkuat penyebarannya.

Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk menganalisis bagaimana opini publik yang terbentuk akibat hoaks dapat mengganggu jalannya Pemilu. Hal ini mencakup pemahaman tentang bagaimana hoaks dapat menciptakan disinformasi, polarisasi masyarakat, hingga delegitimasi terhadap penyelenggara pemilu. Dengan menggali lebih dalam dampak hoaks terhadap persepsi publik, penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan tentang upaya mitigasi yang dapat dilakukan untuk meminimalkan efek negatif hoaks pada demokrasi.

Penelitian ini juga berfokus pada upaya meningkatkan literasi digital masyarakat agar lebih kritis dalam memahami dan memverifikasi kebenaran isi

berita. Diharapkan hasil penelitian ini dapat membantu masyarakat dalam membaca, memilih, dan menganalisis informasi yang beredar di media sosial secara lebih cerdas, sehingga tidak mudah terprovokasi oleh konten hoaks. Dengan demikian, penelitian ini dapat berkontribusi dalam menciptakan ekosistem informasi yang sehat dan mendukung penyelenggaraan Pemilu yang demokratis dan terpercaya.

## 1.5 Manfaat Penelitian

Kegunaan penelitian terdiri dari kegunaan akademis yang berkaitan dengan kontribusi yang akan diberikan dalam penelusuran keilmuan dan kegunaan praktis sebagai gambaran manfaat dari hasil penelitian bagi masyarakat maupun para peneliti. Kegunaan penelitian ini dijelaskan sebagai berikut:

### 1.5.1 Manfaat Teoritis

Dengan adanya penelitian ini, diharapkan:

- a. Memberikan kontribusi nyata bagi pengembangan ilmu komunikasi, khususnya dalam bidang analisis pesan konten hoaks di media sosial menggunakan metode analisis data kuantitatif berbasis algoritma *Naïve Bayes*. Hal ini dapat menjadi dasar untuk mengembangkan metode baru dalam studi komunikasi digital, khususnya dalam memerangi penyebaran hoaks.
- b. Memberikan stimulus kepada penulis untuk mengaktualisasikan pengetahuan teoritis yang diperoleh selama perkuliahan ke dalam penelitian ilmiah. Proses ini dapat meningkatkan kemampuan akademik dan penguasaan terhadap topik yang diteliti, sekaligus memberikan kesempatan untuk memperdalam eksplorasi ilmiah.
- c. Memberikan wawasan baru dan tambahan pengetahuan kepada penulis, peneliti, dan pembaca, khususnya mengenai pola penyebaran hoaks di media sosial dan dampaknya terhadap opini publik, sehingga dapat mendorong diskusi yang lebih luas mengenai literasi *digital* di masyarakat.

### 1.5.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat:

- a. Menjadi panduan bagi penyelenggara pemilu untuk memahami dinamika penyebaran hoaks selama masa Pemilu, khususnya di *platform* TikTok. Informasi yang dihasilkan dari penelitian ini dapat digunakan sebagai dasar untuk merancang strategi mitigasi hoaks dan menyusun kebijakan yang lebih efektif dalam menghadapi tantangan disinformasi di *era digital*.
- b. Memberikan wawasan kepada masyarakat tentang pentingnya *literasi digital* dan kemampuan kritis dalam menyikapi informasi yang beredar di media sosial. Dengan penelitian ini, masyarakat diharapkan dapat lebih sadar dan berhati-hati terhadap konten yang mereka konsumsi, sehingga tidak mudah terprovokasi oleh hoaks yang berpotensi mengganggu stabilitas sosial dan politik.
- c. Memberikan masukan bagi para akademisi dan peneliti lainnya untuk melanjutkan studi tentang hoaks di media sosial dengan menggunakan pendekatan teknologi dan algoritma, sehingga dapat menciptakan solusi yang lebih canggih untuk mengatasi tantangan komunikasi di era modern.
- d. Mendukung terciptanya suasana Pemilu yang aman, transparan, dan demokratis sebagai bagian penting dari sistem pemerintahan yang sehat. Penelitian ini dapat menjadi landasan untuk sosialisasi yang lebih baik tentang bahaya hoaks Pemilu, khususnya di *platform* media sosial seperti TikTok, dalam rangka membangun kepercayaan publik terhadap proses demokrasi.

## 1.6 Sistematika Penulisan

Penyusunan tesis bertema Analisis Pesan Konten Hoaks #Pemilu2024 pada Media Sosial TikTok terdiri dari 5 (lima) BAB dengan sistematika penulisan sebagai berikut:

### **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini mencakup pendahuluan yang meliputi latar belakang penelitian yang menjelaskan pentingnya analisis pola penyebaran hoaks selama Pemilu 2024 melalui media sosial TikTok. Uraian tersebut menjelaskan relevansi dan urgensi untuk memahami dampak hoaks terhadap opini publik dan penyelenggaraan Pemilu. Selain itu, bab ini juga memuat rumusan masalah yang telah diidentifikasi, tujuan penelitian, batasan penelitian, manfaat teoritis dan praktis, serta sistematika penulisan tesis ini.

### **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini menguraikan tinjauan pustaka dengan pembahasan terkait teori dan konsep utama, termasuk konsep *network society* yang diperkenalkan oleh Manuel Castells. Penelitian terdahulu yang relevan diidentifikasi untuk menemukan kesenjangan penelitian dan memberikan landasan ilmiah. Teori jaringan komunikasi, analisis jaringan sosial, dan analisis teks hoaks dijelaskan secara rinci. Konsep analisis sentimen, *algoritma Naïve Bayes*, serta dinamika penyebaran hoaks di media sosial seperti TikTok dibahas untuk memberikan landasan teoretis yang kokoh. Kerangka pemikiran penelitian dirumuskan untuk menghubungkan teori, metode, dan tujuan penelitian secara sistematis.

### **BAB III METODE PENELITIAN**

Bab ini menjelaskan pendekatan *mixed method* yang digunakan dalam penelitian, dengan desain *sequential explanatory*. Pendekatan ini menggabungkan analisis kuantitatif berbasis algoritma Naïve Bayes untuk klasifikasi konten hoaks dan analisis sentimen, serta pendekatan kualitatif untuk memahami narasi dan dinamika opini publik. Proses pengumpulan data dilakukan melalui teknik *text scraping* di TikTok. Penelitian ini juga memanfaatkan perangkat lunak seperti Python untuk analisis algoritmik, dan Gephi serta Vosviewer untuk memvisualisasikan jaringan teks. Penjelasan tentang populasi,

sampel, teknik analisis data, dan prosedur validasi hasil juga diuraikan dalam bab ini.

#### **BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

Bab ini menyajikan hasil penelitian yang meliputi pola penyebaran hoaks dalam jaringan komunikasi di TikTok selama Pemilu 2024, dengan fokus pada peran aktor-aktor kunci dan keterhubungan tema melalui analisis jaringan teks. Kategorisasi konten hoaks berdasarkan hashtag dan narasi disajikan untuk mengeksplorasi pola-pola komunikasi. Analisis sentimen terhadap konten hoaks juga dipaparkan untuk mengevaluasi tone dan dampaknya terhadap opini publik. Hasil penelitian ini dianalisis dengan mengacu pada teori network society serta temuan-temuan yang relevan dari penelitian terdahulu.

#### **BAB V PENUTUP**

Bab ini merangkum temuan utama dari penelitian, termasuk pola penyebaran hoaks, dampaknya terhadap opini publik, dan potensi delegitimasi penyelenggaraan Pemilu. Kesimpulan dirumuskan secara komprehensif, dan saran diberikan untuk penyelenggara Pemilu, masyarakat, dan peneliti di masa depan. Penutup ini juga mencakup rekomendasi untuk meningkatkan *literasi digital* dan mitigasi hoaks dalam konteks Pemilu, khususnya pada *platform* TikTok.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

Bab ini memuat referensi yang digunakan selama penelitian, mencakup jurnal ilmiah, buku, laporan resmi, dan data dari unggahan media sosial TikTok terkait Pemilu 2024.

#### **LAMPIRAN**

Lampiran mencakup hasil analisis jaringan teks, hasil analisis sentimen, skrip Python untuk analisis data, serta dokumen lain yang mendukung penelitian. Lampiran ini memberikan transparansi dan kelengkapan dalam penyajian data peneliti.

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **2.1 Penelitian Terdahulu**

Penelitian terdahulu telah menjadi pijakan yang krusial sebagai landasan referensi dalam penyusunan kerangka pemikiran penelitian ini. Penelitian-penelitian tersebut memberikan wawasan berharga terkait implementasi jaringan komunikasi dalam berbagai instansi, termasuk bagaimana program kerja, kebijakan, dan informasi disampaikan baik secara internal maupun eksternal. Kajian mendalam terhadap dinamika komunikasi di lingkungan instansi menjadi panduan penting untuk memahami faktor-faktor yang memengaruhi efektivitas komunikasi dalam mencapai tujuan organisasi.

Penelitian sebelumnya juga memberikan analisis yang komprehensif tentang aspek-aspek komunikasi, seperti strategi penyampaian pesan, saluran komunikasi yang digunakan, hingga peran teknologi dalam mendukung proses komunikasi. Hasil-hasil penelitian ini memberikan dasar yang solid untuk mengevaluasi dan mengembangkan pendekatan yang lebih relevan dan cermat dalam penelitian ini. Pemahaman terhadap kerangka teori dan temuan empiris dari penelitian terdahulu memungkinkan penelitian ini untuk memperluas cakupan analisis, khususnya dalam konteks komunikasi digital di media sosial selama Pemilu 2024.

Berikut adalah penelitian terdahulu yang dijadikan referensi utama dalam penelitian ini, yang mencakup kajian tentang analisis pesan, hoaks, strategi komunikasi, dan penggunaan teknologi dalam komunikasi organisasi. Penelitian-penelitian ini tidak hanya memberikan panduan metodologis, tetapi juga memperkaya pemahaman tentang tantangan dan peluang dalam komunikasi modern, khususnya di *era digital*.

Penelitian yang dilakukan oleh (Muhammad Ikram Kaer Sinapoy et al., 2023) berfokus pada identifikasi hoaks di platform media sosial Twitter dengan membandingkan dua metode berbeda, yaitu *Long Short-Term Memory (LSTM)* dan *IndoBERT*. Tujuan utama penelitian ini adalah untuk mengevaluasi dan membandingkan performa kedua metode dalam mendeteksi hoaks, dengan menggunakan dataset yang dikumpulkan dari Twitter. Penelitian ini menggunakan

pendekatan kuantitatif, di mana eksperimen dilakukan dengan teknik *10-fold cross-validation* untuk memastikan hasil yang valid dan reliabel.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa model *IndoBERT* memiliki kinerja yang lebih unggul dibandingkan dengan *model LSTM* dalam tugas pendeteksian hoaks. *Model IndoBERT* menghasilkan nilai akurasi rata-rata sebesar 92,07%, sedangkan *model LSTM* menghasilkan nilai akurasi rata-rata sebesar 87,54%. Hasil ini menunjukkan bahwa *IndoBERT*, sebagai model berbasis transformer yang diadaptasi untuk bahasa Indonesia, memiliki kemampuan yang lebih baik dalam memahami konteks linguistik dan sintaksis dalam bahasa Indonesia dibandingkan *LSTM*, yang lebih bergantung pada pemrosesan data *sekuensial*.

Penelitian ini memberikan kontribusi signifikan dalam ranah pendeteksian hoaks, khususnya dalam konteks media sosial di Indonesia. Dengan akurasi yang tinggi, *model IndoBERT* menunjukkan potensi besar untuk digunakan dalam aplikasi praktis, seperti sistem pemantauan hoaks otomatis yang dapat membantu memitigasi penyebaran informasi palsu di media sosial. Selain itu, penelitian ini juga menggarisbawahi pentingnya pemilihan metode yang tepat untuk analisis data tekstual, terutama dalam konteks bahasa yang kompleks seperti bahasa Indonesia. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan bagi penelitian selanjutnya dalam mengembangkan metode pendeteksian hoaks yang lebih akurat dan efisien.

Penelitian yang dilakukan oleh (Putra et al., n.d.-b) berfokus pada analisis sentimen masyarakat terkait Pemilu 2024 di aplikasi Twitter. Tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi distribusi sentimen positif, negatif, dan netral yang terdapat dalam komentar atau unggahan terkait Pemilu 2024. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan menerapkan algoritma Naïve Bayes (NB) dan algoritma Naïve Bayes yang dioptimalkan menggunakan *Particle Swarm Optimization (PSO)*. Algoritma PSO digunakan untuk meningkatkan performa algoritma Naïve Bayes dalam klasifikasi data sentimen.

Dalam tahap evaluasi, penelitian ini menggunakan *Confusion Matrix* untuk mengukur akurasi model yang diterapkan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa algoritma Naïve Bayes tanpa optimasi PSO menghasilkan nilai akurasi sebesar 73,67%. Sementara itu, algoritma Naïve Bayes yang dioptimalkan dengan



*Particle Swarm Optimization (PSO)* menunjukkan peningkatan performa dengan akurasi sebesar 78,33%. Hasil ini mengindikasikan bahwa penggunaan PSO mampu meningkatkan efisiensi dan keakuratan algoritma dalam mengklasifikasikan data sentimen.

Penelitian ini memberikan kontribusi signifikan dalam pengembangan metode analisis sentimen, khususnya dalam konteks penggunaan media sosial seperti Twitter selama masa Pemilu. Dengan menunjukkan bahwa algoritma PSO dapat meningkatkan akurasi Naïve Bayes, penelitian ini membuka peluang bagi penelitian selanjutnya untuk menerapkan pendekatan serupa dalam analisis data yang lebih kompleks atau pada platform media sosial lainnya. Selain itu, hasil penelitian ini dapat menjadi acuan bagi penyelenggara Pemilu dan pengambil kebijakan untuk memahami persepsi publik secara lebih komprehensif, sehingga dapat digunakan untuk mengidentifikasi isu-isu krusial yang memengaruhi opini masyarakat selama proses demokrasi.

Penelitian yang dilakukan oleh (Siswanto et al., 2022b) berfokus pada pengaruh aplikasi TikTok terhadap perilaku anak di bawah umur yang dinilai berpotensi menjadi tidak terpuji. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menilai aplikasi tersebut sebagai salah satu objek analisis sentimen guna memahami persepsi masyarakat, terutama melalui ulasan yang tersedia di *Google Play Store*. Penelitian ini membandingkan hasil analisis sentimen pada aplikasi TikTok dengan menggunakan algoritma Naïve Bayes yang dikombinasikan dengan pendekatan fitur *Lexicon-Based* dan tanpa fitur *Lexicon-Based*.

Pendekatan *fitur Lexicon-Based* dalam penelitian ini digunakan untuk memperbaiki klasifikasi sentimen dengan memanfaatkan data berupa ulasan dari pengguna TikTok di *Google Play Store*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ketika analisis dilakukan tanpa menggunakan fitur *Lexicon-Based*, tingkat akurasi, presisi (*precision*), dan recall yang dihasilkan masing-masing sebesar 83%, 78%, dan 69%. Sebaliknya, analisis sentimen yang mengombinasikan algoritma Naïve Bayes dengan fitur *Lexicon-Based* menghasilkan peningkatan performa yang signifikan, dengan tingkat akurasi sebesar 85%, presisi sebesar 91%, dan *recall* sebesar 93%.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penggunaan *fitur Lexicon-Based* pada algoritma Naïve Bayes memberikan hasil yang lebih baik dibandingkan analisis tanpa fitur tersebut. Peningkatan ini menunjukkan bahwa *fitur Lexicon-Based* mampu meningkatkan kemampuan algoritma dalam memahami konteks linguistik yang lebih kompleks pada data ulasan. Penelitian ini memberikan kontribusi signifikan dalam pengembangan metode analisis sentimen, terutama dalam aplikasi media sosial yang memiliki banyak data teks dengan variasi emosi dan opini yang beragam. Selain itu, temuan ini dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya untuk mengoptimalkan penggunaan *Lexicon-Based* pada berbagai platform media sosial lainnya.

Penelitian yang dilakukan oleh (Wahyudi & Sibaroni, 2022b) difokuskan pada ulasan aplikasi dari pengguna Android yang tersedia di *Google Play Store* dan pengguna *iOS* yang tersedia di *Apple App Store*. Kedua *platform* ini menyediakan koleksi ulasan yang kaya akan sumber daya pemikiran, opini, dan perasaan dari pengguna terkait berbagai aspek aplikasi. Secara khusus, penelitian ini memanfaatkan data ulasan yang terdapat di *Google Play Store*, mengingat tingginya jumlah pengguna dan beragamnya ulasan yang diberikan. Setiap ulasan pengguna dianggap memiliki nilai aspek tertentu, seperti aspek bisnis, fitur aplikasi, atau pengalaman pengguna. Namun, banyaknya jumlah ulasan yang tersedia menjadikan analisis sentimen terhadap data ini menjadi tantangan yang cukup kompleks.

Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi dan mengetahui aspek-aspek utama yang memengaruhi penilaian ulasan pengguna. Pendekatan yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif berbasis *deep learning*, dengan menerapkan algoritma *Recurrent Neural Network (RNN)* menggunakan *model Long Short-Term Memory (LSTM)* dan ditambah dengan *word embedding BERT* untuk meningkatkan performa analisis data teks. Kombinasi ini memungkinkan pemahaman yang lebih mendalam terhadap data ulasan yang memiliki konteks linguistik yang kompleks.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa klasifikasi sentimen pada aspek bisnis memberikan performa tertinggi dengan nilai akurasi sebesar 0,94. Sementara itu, klasifikasi sentimen pada aspek pengalaman pengguna menghasilkan nilai akurasi

sebesar 0,91. Sebaliknya, aspek fitur aplikasi memiliki performa paling rendah dengan nilai akurasi sebesar 0,85. Temuan ini menunjukkan bahwa algoritma *LSTM* yang dikombinasikan dengan *word embedding BERT* dapat meningkatkan akurasi klasifikasi sentimen, terutama pada aspek yang melibatkan opini kompleks seperti bisnis dan pengalaman pengguna.

Penelitian ini memberikan kontribusi yang signifikan dalam analisis sentimen berbasis *deep learning*, khususnya untuk data yang berasal dari ulasan aplikasi di *platform digital*. Temuan ini diharapkan dapat membantu pengembang aplikasi untuk memahami kebutuhan dan kepuasan pengguna secara lebih mendalam, serta menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya yang ingin mengembangkan pendekatan serupa untuk data ulasan dari *platform* lain.

Penelitian yang dilakukan oleh (Cholis et al., n.d.) berfokus pada isu penundaan Pemilihan Umum di Indonesia, yang baru-baru ini menjadi topik hangat dan kontroversial. Isu ini pertama kali dilontarkan oleh Ketua Umum PKB, Muhaimin Iskandar, setelah bertemu dengan pelaku UMKM, pengusaha, dan analis ekonomi di Ruang Delegasi DPR RI, Nusantara III, Jakarta, pada Rabu, 23 Februari 2022. Penelitian ini bertujuan untuk memetakan analisis sentimen publik terhadap isu tersebut sebelum dan sesudah pernyataan Muhaimin Iskandar. Data yang dianalisis terdiri dari 31.831 cuitan sebelum pernyataan dan 151.538 cuitan setelah pernyataan tersebut.

Pendekatan penelitian menggunakan metode kuantitatif dengan algoritma *Naïve Bayes Classifier* untuk melakukan analisis sentimen terhadap data yang dikumpulkan dari Twitter. Temuan penelitian menunjukkan bahwa algoritma tersebut menghasilkan tingkat performa tinggi dengan nilai *precision* sebesar 98%, *recall* sebesar 100%, dan *f1-score* sebesar 99% untuk sentimen negatif. Untuk sentimen netral, algoritma menghasilkan *precision* sebesar 100%, *recall* sebesar 94%, dan *f1-score* sebesar 96,9%. Sementara itu, untuk sentimen positif, algoritma mencapai *precision* sebesar 96,1%, *recall* sebesar 100%, dan *f1-score* sebesar 98%. Hasil ini menunjukkan bahwa algoritma *Naïve Bayes Classifier* efektif dalam mengklasifikasikan data sentimen dengan tingkat akurasi yang tinggi.

Selain itu, analisis *wordcloud* yang dihasilkan mengindikasikan bahwa pembahasan mengenai isu penundaan Pemilu oleh masyarakat di media sosial mulai meningkat setelah pernyataan Muhaimin Iskandar dilontarkan. Prediksi sentimen terhadap isu tersebut menunjukkan dominasi sentimen positif sebanyak 60.442 cuitan unik. Sementara itu, cuitan dengan sentimen negatif berjumlah 58.873, dan sisanya sebesar 32.223 cuitan menunjukkan sentimen netral.

Hasil penelitian ini memberikan wawasan penting mengenai dinamika opini publik terhadap isu-isu politik sensitif di media sosial. Temuan ini juga memperlihatkan bahwa isu penundaan Pemilu berhasil memicu respons yang signifikan dari masyarakat, dengan kecenderungan sentimen yang beragam. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi untuk memahami pola komunikasi *digital* dalam konteks isu politik dan untuk membantu penyelenggara Pemilu dalam mengelola persepsi publik secara lebih efektif.

Penelitian yang dilakukan oleh (Santoso et al., 2020) berfokus pada klasifikasi berita hoaks di Indonesia. Tujuan utama penelitian ini adalah untuk mengekstrak sentimen tersembunyi yang terdapat dalam berita hoaks, baik yang menunjukkan sentimen positif maupun sentimen negatif. Penelitian ini menggunakan metode Naïve Bayes yang dikombinasikan dengan analisis sentimen untuk mengklasifikasikan dan mengidentifikasi berita hoaks secara lebih akurat.

Temuan penelitian diperoleh berdasarkan hasil percobaan terhadap 30 sampel berita hoaks yang tersebar luas di jejaring media sosial. Hasil analisis menunjukkan bahwa rata-rata tingkat akurasi pendeteksian berita hoaks mencapai 77%, dengan kisaran akurasi untuk setiap berita yang teridentifikasi sebagai hoaks antara 66% hingga 91%. Temuan ini mengindikasikan bahwa metode Naïve Bayes memiliki kemampuan yang cukup baik dalam mendeteksi dan mengklasifikasikan hoaks pada data yang digunakan.

Selain itu, metode analisis sentimen yang diusulkan dalam penelitian ini terbukti memiliki performa yang lebih baik dibandingkan dengan metode analisis sentimen yang digunakan dalam penelitian sebelumnya. Peningkatan kinerja ini dapat dilihat dari kemampuan model dalam memahami konteks sentimen yang tersembunyi dalam berita hoaks, sehingga menghasilkan klasifikasi yang lebih

presisi dan relevan. Penelitian ini memberikan kontribusi penting dalam pengembangan metode analisis hoaks, khususnya dalam konteks media sosial yang memiliki arus informasi sangat dinamis. Hasil penelitian ini dapat menjadi referensi bagi studi lanjutan untuk meningkatkan efektivitas algoritma pendeteksian hoaks serta membantu pemerintah, akademisi, dan masyarakat dalam menghadapi tantangan disinformasi di *era digital*.

(Vindua & Zailani, 2023b) Penelitian yang dilakukan oleh (Vindua & Zailani, 2023b) berfokus pada proses analisis dan pengklasifikasian data komentar yang diambil dari berbagai sumber. Sebelumnya, proses pengolahan dilakukan dengan membaca dan memilah satu per satu komentar menggunakan *Microsoft Excel*, yang dinilai kurang efektif apabila data yang akan diproses berjumlah besar. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menerapkan analisis sentimen (*sentiment analysis*) pada data komentar secara otomatis dengan pendekatan kuantitatif menggunakan algoritma *K-Nearest Neighbor (KNN)*. Algoritma ini dipilih karena kemampuannya dalam mengklasifikasikan data berdasarkan kemiripan antar data.

Proses analisis sentimen dilakukan dengan menghitung bobot sentimen positif dan negatif yang terdapat dalam setiap komentar. Analisis ini bertujuan untuk mengidentifikasi opini yang terkandung dalam komentar, sehingga setiap komentar dapat dikategorikan sebagai sentimen positif atau negatif. Dengan menggunakan *algoritma KNN*, penelitian ini mampu mengklasifikasikan data komentar dengan tingkat akurasi yang tinggi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *metode KNN* yang diterapkan pada komentar peserta diklat menghasilkan tingkat akurasi sebesar 94,23%.

Selain itu, penelitian ini juga mencakup pengujian aplikasi untuk pengklasifikasian komentar, yang melibatkan pengguna secara langsung. Melalui keterlibatan pengguna, proses perubahan dan pengembangan aplikasi dapat dilakukan secara lebih responsif dan cepat, sehingga hasil akhirnya sesuai dengan kebutuhan dan preferensi pengguna. Temuan penelitian ini tidak hanya menunjukkan efektivitas *algoritma KNN* dalam analisis sentimen, tetapi juga memberikan kontribusi dalam pengembangan aplikasi yang berbasis kebutuhan pengguna untuk pengelolaan data komentar dalam jumlah besar.

Penelitian ini memberikan wawasan penting dalam penerapan *algoritma KNN* untuk pengolahan data teks, terutama dalam konteks analisis komentar atau opini publik. Selain itu, hasil penelitian ini dapat menjadi referensi bagi pengembang aplikasi dalam mengintegrasikan analisis sentimen untuk meningkatkan efisiensi pengolahan data dan mendukung pengambilan keputusan berbasis data.

Penelitian yang dilakukan oleh (Vindua & Zailani, 2023b) difokuskan pada analisis opini publik terkait Pemilihan Umum (Pemilu) tahun 2024 di Indonesia. Pemilu tersebut menjadi topik yang menarik perhatian pengguna media sosial, khususnya Twitter, yang sering digunakan sebagai platform untuk menyampaikan pendapat dan diskusi publik. Tujuan utama penelitian ini adalah untuk mendapatkan gambaran yang komprehensif tentang opini masyarakat terhadap Pemilu melalui analisis sentimen pada cuitan yang diunggah di Twitter.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan memanfaatkan *Python* sebagai alat untuk analisis data. *Python* digunakan untuk melakukan *web scraping*, *data cleaning*, dan klasifikasi sentimen berdasarkan algoritma tertentu. Analisis dilakukan pada sejumlah besar data cuitan yang dikumpulkan untuk menghasilkan klasifikasi sentimen ke dalam tiga kategori, yaitu positif, netral, dan negatif.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari keseluruhan data yang dianalisis, sentimen netral mendominasi dengan persentase sebesar 52%, diikuti oleh sentimen positif sebesar 40%, dan sentimen negatif sebesar 8%. Hasil ini mengindikasikan bahwa opini masyarakat tentang Pemilu 2024 cenderung netral dengan kecenderungan ke arah positif. Penelitian ini membuktikan bahwa *Python* efektif digunakan sebagai alat untuk mengklasifikasikan data sentimen dari Twitter, sehingga dapat memberikan wawasan yang berharga tentang persepsi publik terhadap Pemilu.

Kesimpulan dari penelitian ini adalah bahwa analisis sentimen menggunakan *Python* dapat menjadi metode yang andal untuk memahami opini masyarakat di media sosial. Hasil ini memberikan kontribusi penting bagi para penyelenggara Pemilu dan pembuat kebijakan untuk mengidentifikasi isu-isu utama dan mengelola persepsi publik secara lebih baik. Penelitian ini juga

membuka peluang untuk pengembangan lebih lanjut dalam analisis data besar (*big data*) terkait topik-topik politik di media sosial lainnya

Penelitian yang dilakukan oleh (Anreaja et al., 2022c) berfokus pada *platform* berbasis aplikasi jual beli *NFT (Non-Fungible Token)*, yaitu *Opensea Mobile*, yang sedang menjadi *trend* di kalangan masyarakat. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis opini masyarakat terhadap aplikasi tersebut dengan menggunakan pendekatan kuantitatif yang mengimplementasikan algoritma *Naïve Bayes Classifier* dan *Support Vector Machine (SVM)* sebagai metode analisis data. Kedua algoritma ini digunakan untuk mengevaluasi sentimen masyarakat berdasarkan ulasan yang tersedia di aplikasi.

Temuan penelitian menunjukkan bahwa algoritma *Naïve Bayes Classifier* menghasilkan nilai *class precision* sebesar 87,31%, *class recall* sebesar 71,02%, dan tingkat akurasi sebesar 89,81%. Sementara itu, algoritma SVM memberikan hasil yang lebih unggul dengan nilai *class precision* sebesar 94,23%, *class recall* sebesar 71,96%, dan akurasi keseluruhan sebesar 90,78%. Dari hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa algoritma SVM memiliki performa yang lebih baik dibandingkan dengan *Naïve Bayes* dalam mengklasifikasikan opini masyarakat terhadap aplikasi *Opensea Mobile*.

Penelitian ini memberikan kontribusi yang signifikan dalam pemahaman tentang opini masyarakat terhadap *platform NFT* yang sedang berkembang pesat. Selain itu, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *algoritma SVM* lebih efektif untuk analisis data teks dengan kompleksitas tinggi, seperti ulasan pengguna. Hasil temuan ini dapat menjadi acuan bagi pengembang aplikasi untuk meningkatkan pengalaman pengguna dan memanfaatkan data sentimen sebagai dasar pengambilan keputusan strategis. Penelitian ini juga membuka peluang bagi studi lebih lanjut dalam mengaplikasikan metode serupa pada *platform digital* lainnya.

Penelitian yang dilakukan oleh (Hastuti et al., n.d.) berfokus pada analisis diskusi netizen di media sosial terkait pilihan politik dan Calon Presiden 2024. Tujuan utama penelitian ini adalah untuk menganalisis percakapan di media sosial dan mengidentifikasi aktor-aktor yang memiliki pengaruh signifikan dalam diskusi tersebut. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan

memanfaatkan *Drone Emprit Academic (DEA)* sebagai alat analisis jaringan sosial (*Social Network Analysis* atau *SNA*).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa metrik sentralitas derajat (*degree centrality*) dapat digunakan secara efektif untuk mengidentifikasi individu-individu yang paling menonjol dalam jaringan diskusi. Dalam penelitian ini, simpul atau *node* "*@abu\_waras*" diidentifikasi memiliki nilai sentralitas derajat tertinggi, yang mengindikasikan pengaruh yang signifikan dalam jaringan diskusi, meskipun tingkat popularitasnya, yang diukur berdasarkan jumlah pengikut, relatif rendah. Hal ini menunjukkan bahwa pengaruh aktor tidak selalu berbanding lurus dengan popularitasnya.

Sebaliknya, simpul "*@ChsnulCh\_*" memiliki nilai popularitas yang tinggi berdasarkan jumlah pengikutnya, tetapi memiliki nilai sentralitas derajat yang lebih rendah. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun aktor tersebut populer, ia tidak memiliki pengaruh yang signifikan dalam jaringan diskusi terkait proyek yang dianalisis. Penelitian ini menyoroti pentingnya menggunakan pendekatan kuantitatif seperti *SNA* untuk mengidentifikasi aktor-aktor berpengaruh di media sosial, serta untuk memahami hubungan antara pengaruh dan popularitas dalam jaringan diskusi *digital*.

Selain itu, penelitian ini menekankan pentingnya mempertimbangkan pengaruh (*influence*) dan popularitas secara bersamaan ketika mengevaluasi signifikansi aktor individu dalam jaringan sosial. Hasil penelitian ini dapat memberikan wawasan penting bagi analis *media sosial*, pembuat kebijakan, dan tim kampanye politik dalam mengelola komunikasi *digital* yang lebih efektif, khususnya di era Pemilu yang sarat dengan dinamika opini publik di media sosial.

Penelitian yang dilakukan oleh (Imran et al., n.d.) difokuskan pada eksplorasi peran hoaks dalam politik kontemporer Indonesia, dengan kasus khusus yang terjadi selama Pilkada DKI Jakarta 2017. Penelitian ini bertujuan untuk menyelidiki karakteristik informasi hoaks yang menyebar di media sosial selama periode tersebut, serta dampaknya terhadap opini publik dan dinamika politik lokal. Pendekatan yang digunakan adalah metode kualitatif dengan analisis terhadap *memes* sebagai *artefak digital* yang menjadi medium utama penyebaran hoaks.



Temuan penelitian menunjukkan bahwa hoaks yang beredar selama Pilkada DKI Jakarta 2017 banyak yang mengkanibalisasi informasi asli dan mengubahnya menjadi bentuk *artefak digital* baru dengan pesan yang telah dimodifikasi. Pesan-pesan baru ini dirancang agar sesuai dengan narasi dan kepercayaan yang sudah ada di masyarakat, sehingga mampu beresonansi secara efektif. Akibatnya, hoaks menjadi alat yang dapat menciptakan budaya berbasis kepercayaan kolektif yang sering kali salah arah. Kepercayaan ini, jika dibiarkan berkembang tanpa pengawasan, berpotensi memburuk dan memengaruhi legitimasi pemerintah. Dalam *skenario* yang lebih *ekstrem*, hal ini dapat memicu *instabilitas* sosial, seperti revolusi warga negara atau bahkan perang saudara (Wilantika & Wibisono, 2021).

Penelitian ini juga menggarisbawahi bahwa hoaks sering kali digunakan sebagai alat keberpihakan politik. Penggunaan hoaks dalam konteks politik memiliki dampak berbahaya, karena dapat menggantikan kebenaran dengan narasi yang direayasa, sehingga membuat masyarakat kehilangan kepercayaan terhadap fakta yang ada. Hal ini berimplikasi pada meningkatnya polarisasi sosial dan melemahnya kohesi masyarakat. Oleh karena itu, penelitian ini menyarankan perlunya evaluasi dan pengembangan strategi untuk melawan dampak negatif hoaks, khususnya dalam konteks politik di Indonesia. Upaya ini dapat mencakup peningkatan *literasi digital*, penguatan regulasi terkait penyebaran informasi palsu, dan penggunaan teknologi untuk mendeteksi serta menangkal hoaks secara lebih efektif. Penelitian ini memberikan kontribusi penting dalam memahami bagaimana hoaks berfungsi sebagai alat politik, sekaligus membuka peluang untuk penelitian lanjutan dalam bidang komunikasi politik dan mitigasi dampak hoaks terhadap masyarakat.

Penelitian yang dilakukan oleh (Purwaningtyas, 2024) difokuskan pada analisis kampanye edukasi di TikTok dengan menggunakan *hashtag* *#SamaSamaBelajar*. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis sentimen publik terhadap kampanye tersebut sebagai bagian dari strategi *public relations* yang dilakukan oleh pemerintah bekerja sama dengan TikTok. Kampanye ini bertujuan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat tentang pentingnya pendidikan

berkelanjutan dan menyediakan *platform* pembelajaran alternatif melalui *media sosial*.

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan memanfaatkan *Algoritma Tech* dan *ASIGTA* untuk analisis sentimen. Data yang dianalisis mencakup *video*, komentar, dan interaksi pengguna yang berkaitan dengan *hashtag #SamaSamaBelajar*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa setelah kampanye diluncurkan, terdapat total 975 *video* yang diunggah oleh pengguna TikTok sebagai bagian dari kampanye ini. *Video-video* tersebut mencakup berbagai tema edukasi, mulai dari tutorial belajar, motivasi akademik, hingga tips pengembangan diri.

Kampanye ini juga melibatkan beberapa inisiatif tambahan, seperti pembuatan *TikTok Class* dan *University Class Week*, yang dirancang untuk memperluas jangkauan pendidikan berbasis *digital*. *TikTok Class* menyediakan konten pembelajaran yang dikurasi oleh pakar, sementara *University Class Week* melibatkan perguruan tinggi untuk menyelenggarakan sesi edukasi secara daring melalui *platform TikTok*. Kolaborasi ini menunjukkan komitmen pemerintah dan TikTok dalam memanfaatkan *media sosial* sebagai alat untuk mendukung pendidikan berkelanjutan.

Temuan penelitian ini mengindikasikan bahwa kampanye *#SamaSamaBelajar* berhasil menciptakan dampak positif dalam membangun kesadaran masyarakat tentang pentingnya pendidikan. Analisis sentimen menunjukkan bahwa mayoritas respons dari publik bersifat positif, dengan tingkat keterlibatan yang tinggi di antara pengguna TikTok. Penelitian ini memberikan wawasan penting tentang efektivitas *strategi public relations* berbasis *media sosial*, serta membuka peluang untuk pengembangan kampanye serupa di masa depan yang berfokus pada isu-isu sosial lainnya.

Pemerintah memberikan ruang partisipasi bagi masyarakat untuk berperan aktif dalam memproduksi konten *media sosial* yang bersifat edukatif, sebagai upaya untuk menciptakan citra positif terhadap pemerintah. Salah satu *platform* yang digunakan adalah TikTok, yang menjadi sarana efektif dalam menyampaikan informasi pemerintah kepada masyarakat luas. Kampanye edukasi ini juga bertujuan untuk meningkatkan keterlibatan masyarakat dalam isu-isu

penting yang diusung pemerintah, termasuk melalui kampanye hubungan masyarakat (*public relations*).

Hasil analisis sentimen menunjukkan respons masyarakat terhadap kampanye di TikTok relatif stabil. Stabilitas ini didukung oleh koalisi politik yang luas di parlemen, yang didominasi oleh elit politik. Pemerintah cenderung mengutamakan stabilitas kekuasaan melalui dukungan luas di parlemen dibandingkan dengan memperbaiki tata kelola pemerintahan secara signifikan (Siregar et al., 2022b).

Penelitian ini menggunakan algoritma teknologi untuk menganalisis sentimen masyarakat terhadap hasil pencarian dengan hashtag #SamaSamaSiswa selama periode 21 Desember 2021 hingga 2 Januari 2022. Sebanyak 974 konten dengan tagar tersebut diklasifikasikan menggunakan algoritma berbasis teknologi. Dari 934 video yang berhasil dianalisis, ditemukan bahwa 428 konten memiliki sentimen positif, 533 konten bersifat netral, dan hanya 13 konten yang menunjukkan sentimen negatif.

Penelitian ini memberikan kontribusi penting dalam memahami efektivitas media sosial, khususnya TikTok, sebagai alat kampanye hubungan masyarakat pemerintah. Temuan ini menunjukkan bahwa mayoritas konten yang dihasilkan mendukung tujuan kampanye, dengan dominasi sentimen positif dan netral. Hal ini mengindikasikan keberhasilan pemerintah dalam memanfaatkan media sosial sebagai alat komunikasi strategis untuk meningkatkan kesadaran dan partisipasi masyarakat dalam isu-isu yang relevan.

Penelitian yang berjudul "*TikTok Media Sosial Sentiment Analysis Using the Naive Bayes Classifier Algorithm*" oleh (Rahmadani et al., 2022b) berfokus pada analisis sentimen pengguna di *platform* TikTok, khususnya melalui kolom komentar. Penelitian ini bertujuan untuk memahami dampak penggunaan aplikasi TikTok terhadap opini masyarakat berdasarkan komentar yang ditinggalkan oleh pengguna di *platform* tersebut.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan memanfaatkan *algoritma Naïve Bayes Classifier* untuk mengklasifikasikan sentimen komentar ke dalam kategori positif, netral, atau negatif. Data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari 600 komentar yang dikumpulkan secara acak dari pengguna

TikTok. Komentar-komentar tersebut diambil melalui situs *web export* komentar, yang memungkinkan pengumpulan data dalam jumlah besar secara efisien.

Hasil evaluasi penelitian menunjukkan bahwa *algoritma Naïve Bayes Classifier* memberikan tingkat akurasi sebesar 80% dalam analisis sentimen. Sementara itu, hasil pengukuran dengan *Area Under Curve (AUC)* menghasilkan nilai sebesar 46%. Meskipun tingkat akurasi tergolong baik, nilai *AUC* yang relatif rendah menunjukkan bahwa algoritma memiliki keterbatasan dalam memprediksi klasifikasi sentimen secara optimal di semua kelas. Hal ini mengindikasikan adanya peluang untuk memperbaiki metode yang digunakan, misalnya dengan menggabungkan algoritma lain yang lebih canggih atau dengan meningkatkan kualitas *preprocessing data*.

Penelitian ini memberikan kontribusi penting dalam studi *analisis sentimen* berbasis *media sosial*, khususnya pada *platform* TikTok, yang semakin populer sebagai ruang diskusi *digital*. Temuan ini dapat menjadi referensi bagi penelitian lanjutan untuk mengembangkan metode yang lebih akurat dalam analisis sentimen, serta bagi pengembang *platform* dalam meningkatkan interaksi yang sehat di antara penggunanya.

(Rahmanulloh & Santoso, 2022c) Penelitian yang berjudul "*Delineation of the Early 2024 Election Map: Sentiment Analysis Approach to Twitter Data*" oleh (Rahmanulloh & Santoso, 2022c) berfokus pada analisis agenda politik menjelang Pemilihan Umum 2024 di Indonesia. Penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan peta awal persepsi publik terhadap tokoh-tokoh politik yang menjadi kandidat utama Pemilu 2024 melalui pendekatan analisis sentimen terhadap data yang diambil dari *platform media sosial* Twitter.

Pendekatan penelitian ini bersifat kualitatif dengan memanfaatkan *supervised learning*, di mana metode analisis yang digunakan disesuaikan dengan karakteristik data untuk setiap tokoh politik. Analisis dilakukan dengan mengelompokkan cuitan menjadi kategori sentimen positif, netral, dan negatif berdasarkan teks yang diekstraksi dari Twitter.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa cuitan dengan sentimen positif tertinggi dan jumlah *akun pro* terbanyak berkaitan dengan Ganjar Pranowo. Sebaliknya, cuitan dengan sentimen negatif tertinggi serta jumlah akun kontra

terbanyak berkaitan dengan Prabowo Subianto. Analisis lebih lanjut terhadap kata-kata yang sering muncul dalam cuitan menunjukkan bahwa cuitan positif cenderung berisi ungkapan harapan, doa, serta dukungan terhadap tokoh politik yang bersangkutan. Sementara itu, cuitan negatif sering kali berkaitan dengan kritik terhadap pekerjaan, bidang kebijakan, atau wilayah kerja tokoh yang bersangkutan.

Penelitian ini memberikan kontribusi penting dalam memahami bagaimana media sosial, khususnya Twitter, dapat digunakan sebagai alat untuk menganalisis opini publik terhadap kandidat politik. Hasil penelitian ini juga membuka peluang untuk mengembangkan pendekatan serupa guna mendukung strategi komunikasi politik dan memperkuat transparansi dalam demokrasi. Selain itu, penelitian ini memberikan wawasan awal yang bermanfaat bagi para pengambil kebijakan, analis politik, dan tim kampanye untuk mengelola persepsi publik dengan lebih efektif menjelang Pemilu 2024.

### **2.1.1 Teori *Network Society***

Konsep *network society* atau masyarakat jaringan muncul seiring dengan semakin pesatnya perkembangan teknologi informasi di dunia. Konsep ini menggambarkan transformasi sosial yang dialami masyarakat global, dari era industri menuju *era* informasi, serta dari produksi barang material ke arah produksi informasi dan pengetahuan. Perubahan struktur masyarakat dalam era baru ini melahirkan fenomena masyarakat jaringan, di mana interaksi sosial dan ekonomi terintegrasi melalui teknologi komunikasi *digital*.

Menurut (Manuel, 2004), jaringan adalah *node* komunikasi di antara individu-individu atau entitas yang saling terhubung. Kompleksitas jaringan ini meningkat seiring dengan kemajuan teknologi komunikasi, yang tidak hanya mempercepat pertukaran informasi, tetapi juga membentuk struktur sosial dan budaya baru. Perkembangan paralelisme politik di pasar media, evolusi profesionalisme jurnalis, serta tingkat intervensi negara menjadi isu penting yang relevan dalam memahami dinamika masyarakat jaringan pada era informasi (Labio-bernal et al., 2024).

Lebih lanjut, gerakan sosial yang berbasis media sosial memainkan peran penting dalam membentuk opini publik dan menggerakkan perubahan sosial. Jenis konten yang mendukung gerakan sosial memiliki potensi besar untuk menciptakan dampak yang signifikan. Kampanye yang berhasil di media sosial mampu membuka jalan bagi praktik-praktik strategis dalam menciptakan gerakan sosial yang sukses di masa depan. Dengan demikian, media sosial tidak hanya menjadi alat komunikasi, tetapi juga menjadi sarana *mobilisasi* massa yang efektif dalam konteks masyarakat jaringan (D. M. Utami et al., 2024).

Konsep masyarakat jaringan ini relevan untuk memahami bagaimana teknologi informasi memengaruhi berbagai aspek kehidupan, termasuk politik, ekonomi, budaya, dan gerakan sosial. Studi-studi terkait memberikan landasan teoretis yang kuat untuk mengeksplorasi lebih lanjut dampak dari *transformasi digital* terhadap struktur sosial dan dinamika masyarakat *global*.

Manuel Castells, dalam konsep masyarakat informasi yang ia kemukakan, mengidentifikasi enam karakteristik utama yang menggambarkan masyarakat informasi, yaitu informasionalisme, masyarakat jaringan (*network society*), ekonomi *global* atau ekonomi informasional, transformasi angkatan kerja, kota global (*global city*), dan *cyberculture*. Konsep-konsep ini menggambarkan bagaimana teknologi informasi telah menjadi elemen utama dalam pembentukan struktur sosial, ekonomi, dan budaya pada era informasi.

Informasionalisme, menurut Castells, merujuk pada penyebaran dan penggunaan informasi sebagai sumber daya utama dalam berbagai aspek kehidupan. Masyarakat jaringan, di sisi lain, adalah bentuk masyarakat yang terorganisir melalui jaringan yang saling terhubung, baik secara fisik maupun *digital*, yang difasilitasi oleh perkembangan teknologi informasi. Dalam perspektif ini, informasi tidak hanya menjadi komoditas utama, tetapi juga menjadi elemen strategis yang membentuk pola interaksi sosial dan ekonomi.

Castells menekankan bahwa teknologi informasi memainkan peran sentral dalam kehidupan sehari-hari, mulai dari tempat kerja, transportasi, hingga hiburan. Peran teknologi ini tidak hanya mempermudah akses terhadap informasi, tetapi juga mengubah cara individu berkomunikasi, bekerja, dan berinteraksi satu sama lain. Selain itu, konsep ekonomi global atau ekonomi informasional

menggarisbawahi bagaimana ekonomi dunia saat ini bergantung pada jaringan informasi dan teknologi untuk menciptakan efisiensi dan konektivitas global (Manuel, 2004).

Transformasi angkatan kerja dan munculnya *global city* menjadi konsekuensi langsung dari masyarakat informasi. Kota-kota besar di dunia menjadi pusat ekonomi *global*, di mana interaksi antara jaringan informasi, perusahaan, dan individu menciptakan dinamika sosial yang unik. Sementara itu, *cyberculture* menggambarkan budaya baru yang muncul akibat integrasi teknologi informasi dalam kehidupan sehari-hari, mencakup cara berpikir, nilai, dan perilaku individu yang dipengaruhi oleh dunia *digital*.

Dengan demikian, konsep-konsep yang dikemukakan Castells memberikan kerangka teoritis yang kuat untuk memahami dampak revolusi teknologi informasi terhadap masyarakat *modern*. Penelitian lebih lanjut dapat dilakukan untuk mengeksplorasi bagaimana masing-masing elemen ini saling berkaitan dan memengaruhi dinamika sosial, ekonomi, dan budaya pada *era* informasi.

Berdasarkan konsep *The Rise of the Network Society* karya Manuel Castells (Castells, 2010), analisis teks jaringan dapat dikaitkan dengan berbagai dimensi yang relevan dalam masyarakat jaringan. **Sentralitas**, mencerminkan pentingnya informasi sebagai sumber daya strategis dalam masyarakat jaringan. Dalam analisis teks, sentralitas digunakan untuk mengidentifikasi kata atau konsep yang paling berpengaruh dalam diskusi publik, yang bertindak sebagai node utama dalam membentuk opini atau aliran informasi. **Betweenness**, di sisi lain, menggambarkan peran *node* tertentu sebagai penghubung antara kelompok atau *cluster* yang berbeda, menciptakan koneksi strategis yang memungkinkan penyebaran informasi, termasuk hoaks. Hal ini mencerminkan bagaimana beberapa elemen dalam jaringan dapat menjadi perantara penting untuk menyatukan tema atau diskusi yang terfragmentasi.

**Closeness** dalam masyarakat jaringan yang dijelaskan oleh Castells menunjukkan aksesibilitas informasi. Dalam analisis teks, metrik ini membantu mengidentifikasi elemen yang memiliki kedekatan dengan seluruh jaringan, memungkinkan aliran informasi yang lebih cepat dan efektif. Diameter jaringan, sebagaimana dijelaskan Castells, menggambarkan struktur yang luas dan

terhubung secara global. Dalam analisis teks, diameter mengukur jarak terjauh antara dua node dalam jaringan, mencerminkan seberapa luas suatu wacana tersebar di dalam jaringan tersebut (Castells, 2010).

Selain itu, *reciprocitas* dalam masyarakat jaringan menciptakan kohesi sosial melalui hubungan timbal balik antar elemen. Dalam analisis teks, reciprocitas mengukur tingkat interaksi dua arah antara elemen-elemen jaringan, yang dapat memperkuat hubungan antar tema atau ide tertentu. *Cluster*, sebagai pengelompokan *node* yang saling terkait erat, mencerminkan bagaimana informasi terpisah ke dalam tema-tema tertentu, seperti isu ekonomi, politik, atau sosial. *Node dan ties*, yang menjadi dasar dari masyarakat jaringan Castells, menggambarkan elemen kunci dalam jaringan informasi dan hubungan antar elemen tersebut. Dalam analisis teks, *node* mewakili kata atau konsep, sementara *ties* mencerminkan hubungan semantik atau konteks di antara kata-kata tersebut.

Dalam konteks hoaks dan informasi Pemilu, masyarakat jaringan memanfaatkan media sosial sebagai alat untuk menyebarkan informasi palsu secara cepat. Hoaks sering memanfaatkan struktur jaringan dengan menciptakan sentralitas pada tema tertentu, membangun cluster berbasis ide yang memecah belah, dan menggunakan ties untuk menyebarkan narasi mereka melalui berbagai platform. Castells menekankan bahwa dalam masyarakat informasi, kekuasaan berasal dari kemampuan untuk mengontrol aliran informasi. Oleh karena itu, analisis teks jaringan menjadi alat yang penting untuk memetakan pola penyebaran hoaks, mengidentifikasi elemen kunci dalam wacana publik, dan memahami bagaimana informasi membentuk persepsi dan interaksi sosial di *era digital*.

Pesan hoaks sering kali disebarluaskan oleh pihak-pihak yang berada dalam jaringan sosial yang sama. Castells dalam (Nasrullah & Nurbaya, 2015) menegaskan bahwa informasi merupakan entitas penting dalam media sosial. Hal ini karena media sosial memberikan kebebasan bagi penggunanya untuk menciptakan representasi identitas, memproduksi konten, dan berinteraksi berdasarkan informasi yang tersedia. Dalam masyarakat informasi, informasi tidak hanya menjadi alat komunikasi tetapi juga berubah menjadi komoditas bernilai tinggi. Informasi diproduksi, dipertukarkan, dan dikonsumsi, yang



menjadikannya sebagai bentuk baru kapitalisme yang dikenal sebagai "*informational capitalism*."

Pandangan Castells memberikan gambaran tentang bagaimana masyarakat *modern* memanfaatkan informasi di *era digital*. Media sosial telah berkembang menjadi jembatan yang menghubungkan realitas dalam kehidupan nyata dan dunia maya. Hampir semua individu memiliki akses dan memanfaatkan *platform* tersebut untuk menciptakan realitas baru, berkomunikasi, serta berinteraksi. Salah satu wujud interaksi ini terlihat melalui produksi konten yang dapat dengan mudah dipertukarkan di antara pengguna.

Di sisi lain, media sosial juga menjadi alat yang efektif untuk menciptakan ketenaran secara instan dan menjadi sumber pendapatan bagi individu. Namun, dalam konteks negatif, konten yang dipertukarkan melalui media sosial dapat disalahgunakan untuk menipu, membentuk opini publik secara manipulatif, menggalang dukungan massa secara tidak etis, hingga menyebarkan hoaks dan narasi palsu yang merugikan masyarakat. Dalam hal ini, informasi tidak hanya menjadi alat komunikasi, tetapi juga senjata dalam membentuk persepsi publik dan menciptakan konflik di masyarakat (Nasrullah & Nurbaya, 2015).

Penyebaran pesan hoaks di media sosial menjadi fenomena yang sering terjadi, terutama dalam suasana kontestasi politik. Dalam konteks tersebut, hoaks sering kali digunakan sebagai alat propaganda. Tujuan utama propaganda ini adalah untuk menggalang suara serta memengaruhi opini publik agar bergerak sesuai dengan alur yang diinginkan oleh pencipta konten hoaks. Fenomena ini dimulai dengan pembentukan kelompok *cyber army* oleh masing-masing partai politik. *Cyber army* merupakan sekumpulan individu yang bertugas mencapai misi tertentu, tanpa harus memiliki keselarasan ideologi politik. Tugas mereka adalah membentuk jaringan di media sosial, menyebarkan pesan secara serentak, dengan konten yang seragam baik dari segi isi maupun waktu distribusi.

Strategi penyebaran ini menunjukkan pentingnya melakukan verifikasi terhadap keaslian akun dan sumber informasi. Di *era digital*, banyak akun palsu yang direkayasa untuk menyebarkan disinformasi. Hal ini dapat diidentifikasi melalui tautan atau *link* yang disematkan pada pesan-pesan tersebut. Sering kali, tautan ini menggunakan nama yang menyerupai media berita populer dengan

tujuan untuk menipu publik. Oleh karena itu, masyarakat diharapkan mampu membaca secara kritis informasi yang beredar, terutama saat menghadapi berita dengan sumber yang meragukan.

Dalam konteks komunikasi politik, organisasi atau partai tertentu sering kali memiliki media informasi internal di luar media sosial yang digunakan untuk mensuplai konten secara sistematis. Media ini biasanya memiliki bias tertentu yang tidak bebas nilai. Media internal semacam ini sering kali digunakan untuk menipu publik dengan data atau informasi palsu. Berita palsu yang disebarkan secara *daring* dapat mengambil berbagai bentuk sekaligus dalam waktu tertentu, menyesuaikan dengan target *audiens* dan agenda politik yang sedang dijalankan.

Oleh karena itu, *literasi digital* masyarakat menjadi sangat penting untuk menangkal pengaruh buruk dari propaganda politik yang berbasis hoaks. Dengan kemampuan analisis yang baik, publik dapat membedakan antara informasi yang valid dan informasi yang sengaja dimanipulasi untuk tujuan politik tertentu.

Media baru sebagai *era* di mana teknologi interaktif dan komunikasi berbasis jaringan, khususnya internet, membawa perubahan besar dalam struktur masyarakat (Littlejohn & Karen A. Foss, 2007). Penguasaan teknologi, terutama internet, menjadi elemen penting yang mampu memengaruhi berbagai aspek kehidupan sosial, budaya, hingga ekonomi (Indrawan & Ilmar, 2022). Fenomena ini tercermin dalam munculnya istilah-istilah seperti "*Youtuber*," "*influencer*," dan "*content creator*," yang digunakan untuk menggambarkan individu yang aktif memproduksi dan membagikan konten di *platform online* (Widiyanti Nugu et al., 2020).

Perkembangan teknologi *digital*, termasuk perangkat seperti *smartphone*, *kamera digital*, dan berbagai fitur yang menyertainya, telah memfasilitasi berbagai aktivitas *digital* seperti memotret, mengirim *email*, berbagi *file*, mengunggah dan mengunduh konten, serta memperbarui informasi. Selain itu, teknologi ini telah mempercepat konvergensi media, mengintegrasikan media penyiaran dengan *platform digital*. Proses ini mengubah pengelolaan, pengiriman, distribusi, dan pemrosesan informasi dalam berbagai format, seperti *visual*, *audio*, dan data (Dhamayanti, 2022).

*Era digital* juga membawa dampak signifikan dalam konteks jejaring sosial. Media sosial menjadi sarana yang menarik karena memberikan banyak manfaat. Salah satu dampaknya adalah keberhasilan dalam membangun jejaring berbagi pengetahuan. Media sosial memungkinkan pengguna untuk merespons lebih cepat dan menjangkau audiens yang lebih luas, sehingga mengatasi keterbatasan isolasi dalam pembelajaran. Selain itu, media sosial memfasilitasi komunikasi interaktif, partisipasi aktif, dan pembaruan informasi terkini dari berbagai sumber. Berbagai *platform* ini juga membuka peluang untuk berbagi pengalaman dan wawasan yang dapat meningkatkan performa individu maupun organisasi (Ihsaniyati et al., 2023c).

Lebih jauh lagi, *media sosial* memungkinkan pengguna untuk memberikan ulasan yang mencakup kritik, saran, maupun pro dan kontra terhadap berbagai aspek. Hal ini menjadikan media sosial sebagai salah satu *platform* yang efektif untuk mengevaluasi, mengembangkan, dan mengadaptasi berbagai produk, layanan, dan ide baru sesuai dengan kebutuhan pengguna. Transformasi ini menunjukkan peran strategis media sosial dalam mendorong kolaborasi, inovasi, dan penyebaran informasi secara masif dan efisien.

### **2.1.2 Aplikasi TikTok**

Aplikasi jejaring sosial merupakan program yang dirancang secara khusus untuk memungkinkan pengguna berkomunikasi, berinteraksi, dan berbagi informasi secara *online*. Aplikasi media sosial tidak hanya berfungsi sebagai sarana bersosialisasi tetapi juga sebagai media untuk hiburan, pembelajaran, hingga kolaborasi antarindividu. Bagi pengguna Android, aplikasi ini tersedia di *platform Google Play Store*, sementara pengguna *iOS* dapat mengaksesnya melalui *Apple App Store* (Wahyudi & Sibaroni, 2022c).

Salah satu *media sosial* yang berkembang pesat adalah TikTok, *platform* yang memungkinkan penggunanya berbagi video singkat yang kreatif. TikTok saat ini memiliki 65,2 juta pengguna aktif secara global, di mana 8,5 juta di antaranya berasal dari Indonesia. Angka ini menunjukkan bahwa TikTok memiliki basis pengguna yang luas dengan kemampuan untuk memengaruhi berbagai aspek sosial, ekonomi, dan budaya (Stieglitz & Ross, 2022). Penggunaan media sosial

seperti TikTok juga memperlihatkan potensi besar dalam pembentukan serta pemeliharaan kohesi sosial, terutama di kalangan komunitas daring tertentu, baik kelompok kecil maupun publik yang lebih luas.

TikTok juga memiliki peluang besar untuk menjadi salah satu *platform media sosial* terbesar di dunia. Saat ini, TikTok berada pada peringkat ketiga setelah Facebook dan Instagram dalam jumlah pengguna aktif bulanan. Hal ini didukung oleh berbagai fitur inovatif yang terus dikembangkan oleh TikTok, seperti algoritma yang disesuaikan dengan preferensi pengguna, *format video* yang menarik, serta berbagai inisiatif seperti kampanye sosial dan edukasi (Rachmawati et al., 2022). Lebih dari itu, TikTok bukan hanya menjadi alat hiburan, tetapi juga platform yang dimanfaatkan untuk mempromosikan produk, menyampaikan pesan sosial, dan membangun *personal branding*.

Kehadiran TikTok dalam dunia media sosial memberikan kontribusi besar terhadap pola komunikasi masyarakat *modern*. Dengan *format video* pendek yang interaktif dan mudah diakses, platform ini mampu menarik perhatian dari berbagai lapisan masyarakat, mulai dari individu hingga institusi. Oleh karena itu, penting untuk memahami bagaimana TikTok tidak hanya sebagai media hiburan, tetapi juga sebagai alat yang dapat digunakan untuk menciptakan dampak sosial dan membangun kohesi komunitas secara *global*.

TikTok merupakan salah satu dari empat jejaring sosial populer, bersama dengan YouTube, Facebook, dan Instagram. TikTok menempati posisi ketiga sebagai *platform media sosial* yang paling banyak diminati, menjadikannya menarik untuk dijadikan subjek penelitian. Popularitas TikTok didukung oleh berbagai motif penggunaan, seperti kebutuhan akan hiburan, kenyamanan dalam mengakses platform, daya tarik media visual, peluang untuk mengekspresikan diri, serta pertukaran informasi dan ide. Semua aspek tersebut menjadikan TikTok sebagai platform yang tidak hanya bersifat menghibur, tetapi juga berfungsi sebagai ruang interaksi sosial dan kreatif bagi penggunanya (Perdana et al., 2022b).

Keberadaan TikTok dalam lanskap media sosial menghadirkan peluang besar yang belum pernah ada sebelumnya, terutama dalam mendukung berbagai proses pengorganisasian seperti berbagi informasi dan penciptaan pengetahuan

baru. *Platform* ini memberikan ruang bagi individu untuk menciptakan, berbagi, dan mengonsumsi konten secara mudah dan cepat. Dalam konteks yang lebih luas, TikTok juga digunakan sebagai alat persuasi digital, termasuk untuk personalisasi politik. Hal ini menjadikan TikTok sebagai bagian penting dari strategi komunikasi aktor politik dalam upaya menarik perhatian generasi muda dan membangun narasi tertentu di dunia *digital* (Lee, 2022b).

Namun, meskipun TikTok memiliki jumlah pengguna yang sangat besar dan terus bertumbuh, *platform* ini tidak lepas dari tantangan. Beberapa ulasan dari pengguna menunjukkan adanya kekhawatiran terkait konten yang menyesatkan, ujaran kebencian, hingga penggunaan algoritma yang dinilai kurang transparan. Selain itu, meskipun TikTok menjadi media yang efektif untuk membangun keterhubungan sosial, tidak semua ulasan yang diposting oleh pengguna bersifat positif, yang menunjukkan bahwa *platform* ini masih menghadapi tantangan dalam memenuhi ekspektasi pengguna (Malik & Sibaroni, 2022b).

TikTok telah menjadi salah satu *platform media sosial* yang signifikan dalam studi media digital. Popularitasnya memberikan peluang untuk mengeksplorasi lebih jauh bagaimana motif dan perilaku pengguna membentuk pola komunikasi dan penyebaran informasi di era digital. Dengan demikian, TikTok tidak hanya relevan sebagai media hiburan, tetapi juga sebagai platform penelitian yang mencakup aspek sosial, politik, dan budaya.

Manfaat perkembangan teknologi mencakup peningkatan pemberdayaan masyarakat serta aksesibilitas informasi yang lebih luas, sehingga mampu meningkatkan pemahaman publik tentang demokrasi secara menyeluruh (Rachmawati et al., 2022). Teknologi memberikan kontribusi signifikan terhadap penguatan partisipasi masyarakat dalam sistem demokrasi melalui penyediaan akses yang mudah terhadap informasi yang relevan. Efek positif dari perkembangan teknologi ini tidak hanya terlihat pada aspek pemberdayaan masyarakat, tetapi juga dalam memperbaiki kualitas demokrasi dengan memberikan masyarakat kemampuan untuk terlibat lebih aktif dalam proses pengambilan keputusan publik (Rachmawati et al., 2022).

Dalam konteks penelitian ini, perkembangan teknologi juga mendukung perbandingan kinerja berbagai algoritma dalam klasifikasi berita palsu dan

analisis pesan konten yang tersebar di *platform* TikTok. Data yang digunakan pada tahap ini difokuskan untuk membandingkan efektivitas berbagai metode analisis, sehingga dapat menghasilkan hasil yang optimal dalam mendeteksi dan mengklasifikasikan konten yang relevan (Darmawan et al., 2023). Perbandingan ini tidak hanya bertujuan untuk menemukan pendekatan terbaik dalam analisis konten, tetapi juga untuk memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang pola penyebaran informasi, baik yang bersifat positif maupun negatif, di media sosial seperti TikTok. Temuan tersebut menjadi dasar untuk mengembangkan strategi yang lebih efektif dalam mengelola informasi digital dan memitigasi dampak dari penyebaran konten yang menyesatkan.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh (Hastuti et al., 2023) dalam kajian berjudul “Klasifikasi Akun *Buzzer* Pemilu pada Media Sosial Twitter Berdasarkan *Data Tweet* Menggunakan Algoritma C4.5,” ditemukan bahwa akun *buzzer* memiliki kriteria tertentu yang dapat diidentifikasi. Kriteria tersebut mencakup frekuensi postingan yang sangat tinggi, di mana pengguna biasanya memposting setiap dua jam sekali atau bahkan lebih sering. Selain itu, akun *buzzer* sering kali menggunakan identitas yang tidak jelas atau anonim dan memiliki jumlah pengikut lebih dari 500. Aktivitas mereka biasanya terjadwal, dengan konten yang diunggah memiliki kesamaan dari satu akun ke akun lainnya, menunjukkan adanya pola koordinasi atau automasi dalam aktivitas tersebut.

Fenomena ini semakin relevan dalam konteks Pemilu, di mana kebebasan pemilu menjadi sarana untuk memunculkan pemimpin baru. Namun, proses ini juga menghadirkan tantangan, terutama bagi elit lokal yang sebelumnya mendominasi. Sebagai individu atau kelompok yang sebelumnya menikmati akses istimewa terhadap sumber daya negara, peluang bisnis, atau kekuatan koersif negara, proses demokratisasi memaksa mereka untuk menemukan strategi baru dalam mempertahankan dominasi mereka (Berenschot et al., 2021). Hal ini menyoroti bagaimana kontestasi politik di era digital dapat dimanfaatkan untuk memperkuat atau meruntuhkan kekuasaan melalui media sosial, termasuk melalui penggunaan akun-akun *buzzer* yang terorganisasi.

### 2.1.3 Hoaks Sebelum Pemilu

Karakteristik lain dari lingkungan informasi digital menunjukkan bahwa tantangan utama bagi komunikasi sains dan informasi publik adalah proliferasi misinformasi dan disinformasi yang tersebar di berbagai *platform digital* (Metag et al., 2023). Dalam konteks ini, politisi tidak lagi hanya bergantung pada praktik tradisional dalam menarik dukungan masyarakat, tetapi juga beradaptasi dengan perubahan sosial, seperti kemampuan masyarakat sipil untuk menentang praktik-praktik yang tidak adil. Hal ini, misalnya, terlihat dari upaya masyarakat untuk mengungkap praktik-praktik tidak etis dan menyebarkan wacana moral yang mendukung distribusi sumber daya yang lebih adil berdasarkan aturan hukum (Berenschot et al., 2021).

Serangan disinformasi yang terus-menerus dihadapi oleh masyarakat demokratis memiliki potensi untuk menggoyahkan kepercayaan publik terhadap pemerintah, proses pemilu, dan institusi demokrasi lainnya. Dalam beberapa kasus, pemerintah non-demokratis bahkan dapat memanfaatkan disinformasi ini sebagai peluang untuk mengeksploitasi situasi demi keuntungan politik mereka sendiri (Muñiz-velázquez, 2023). Kampanye politik sering kali berfungsi sebagai media komunikasi yang dipersonalisasi, termasuk penggunaan data individu untuk menyusun iklan politik yang disesuaikan dengan *preferensi audiens* tertentu (Pellegrino, 2023).

Pemilu, yang merupakan momen demokrasi untuk menentukan calon pemimpin setiap lima tahun sekali, kerap menjadi sasaran hoaks. Baik calon presiden, calon wakil presiden, partai politik, maupun tokoh politik lainnya tidak luput dari serangan disinformasi. Berdasarkan buku *Essential Guides Understanding Information Disorder* karya (Wardle, 2020), hoaks dapat diklasifikasikan menjadi tujuh kategori utama, yaitu:

#### a. *Satire* atau *Parodi*

Konten jenis ini biasanya tidak memiliki potensi atau kandungan niat jahat, namun bisa mengecoh. *Satire* merupakan konten yang dibuat untuk menyindir pada pihak tertentu. Kemasan konten berunsur *parodi*, *ironi*, bahkan *sarkasme*. Secara keumuman, *satire* dibuat sebagai bentuk kritik terhadap personal maupun kelompok dalam menanggapi isu yang tengah

terjadi. Sebenarnya, *satire* tidak termasuk konten yang membahayakan. Akan tetapi, sebagian masyarakat masih banyak yang menanggapi informasi dalam konten tersebut sebagai sesuatu yang serius dan menganggapnya sebagai kebenaran.

**b. *Misleading Content* atau Konten Menyesatkan**

*Misleading* terjadi akibat sebuah konten dibentuk dengan nuansa pelintiran untuk menjelekkan seseorang maupun kelompok. Konten jenis ini dibuat secara sengaja dan diharap mampu menggiring opini sesuai dengan kehendak pembuat informasi. *Misleading content* dibentuk dengan cara memanfaatkan informasi asli, seperti gambar, pernyataan resmi, atau statistik, akan tetapi diedit sedemikian rupa sehingga tidak memiliki hubungan dengan konteks aslinya.

**c. *Imposter Content* atau Konten Tiruan**

*Imposter content* terjadi jika sebuah informasi mencatat pernyataan tokoh terkenal dan berpengaruh. Tidak cuma perorangan, konten palsu ini juga bisa berbentuk konten tiruan dengan cara mendompleng ketenaran suatu pihak atau lembaga.

**d. *Fabricated Content* atau Konten Palsu**

*Fabricated content* merupakan jenis hoaks yang sepenuhnya tidak memiliki dasar fakta dan sangat berbahaya. Contohnya meliputi informasi palsu tentang lowongan pekerjaan atau berita yang tidak dapat diverifikasi kebenarannya.

**e. *False Connection* atau Koneksi yang Salah**

Konten jenis ini dapat diidentifikasi dengan mudah melalui ketidaksesuaian antara judul dan isi berita. Biasanya, konten semacam ini diunggah untuk memperoleh keuntungan finansial atau meningkatkan eksposur melalui daya tarik sensasional.

**f. *False Context* atau Konteks Keliru**

Jenis konten ini menggunakan foto, video, atau pernyataan yang sebenarnya benar, tetapi disajikan dalam konteks yang salah. Hal ini bertujuan untuk menciptakan persepsi yang tidak sesuai dengan fakta sebenarnya.



### **g. *Manipulated Content* atau Konten Manipulasi**

*Manipulated content* dihasilkan melalui pengeditan konten yang sudah ada untuk menyesuaikan dengan narasi tertentu. Contoh utamanya adalah penggunaan foto atau video yang diedit untuk menipu atau mengecoh audiens.

Menurut *Council of Europe*, hoaks dapat diklasifikasikan menjadi tiga jenis, yaitu Misinformasi, Disinformasi, dan Malinformasi. Ketiga jenis ini memiliki karakteristik unik dan dampak yang berbeda terhadap masyarakat, khususnya menjelang Pemilu 2024 yang penuh dinamika politik dan potensi penyebaran informasi yang keliru (Pasek et al., 2022).

Misinformasi adalah penyebaran informasi yang salah atau tidak akurat, tetapi tidak memiliki niat untuk merugikan pihak tertentu. Contoh konkret dalam konteks Pemilu 2024 adalah pernyataan dari salah satu calon wakil presiden, Cak Imin (Calon Wakil Presiden Nomor Urut 1), yang mengatakan bahwa tukang becak tidak dapat merasakan manfaat jalan tol meskipun telah membayar pajak. Informasi ini tergolong keliru karena fakta menunjukkan bahwa sebagian besar tukang becak tidak memiliki kewajiban membayar pajak akibat pendapatan mereka yang berada di bawah batas minimum penghasilan kena pajak.

Selain itu, keberadaan jalan tol justru memberikan manfaat yang signifikan, seperti mempercepat pengiriman logistik sehingga harga sembako menjadi lebih terjangkau. Hal ini berimbas pada peningkatan daya beli masyarakat, termasuk tukang becak. Bahkan, jalan tol mempersingkat waktu perjalanan bagi tukang becak yang menggunakan transportasi umum, seperti bus, saat mudik ke kampung halaman. Oleh karena itu, meskipun pernyataan tersebut salah, dampaknya tidak menimbulkan kerugian langsung baik secara moral maupun material bagi tukang becak.

Penjelasan ini menunjukkan bagaimana misinformasi dapat muncul dalam bentuk berita yang terlihat masuk akal, tetapi sebenarnya tidak memiliki dasar fakta yang kuat. Dalam konteks Pemilu 2024, penting untuk melatih masyarakat agar mampu mengidentifikasi informasi seperti ini agar tidak mudah terpengaruh oleh narasi yang keliru, terutama ketika digunakan sebagai alat propaganda politik.

Jenis-jenis hoaks lainnya, yaitu Disinformasi dan Malinformasi, juga memainkan peran penting dalam membentuk opini publik selama masa pemilu. Penjelasan lebih rinci tentang kedua jenis tersebut serta contohnya akan memberikan gambaran yang lebih luas tentang bagaimana informasi dapat dimanipulasi untuk kepentingan politik tertentu.

Disinformasi merupakan jenis berita palsu yang menimbulkan kerugian baik secara individual maupun kolektif. Salah satu contohnya yang relevan menjelang Pemilu 2024 adalah penggunaan teknologi deepfake dalam kampanye politik. Deepfake adalah teknik manipulasi konten video dan suara yang menggunakan kecerdasan buatan (*AI*) untuk mengubah wajah atau suara seseorang sehingga menyerupai individu tertentu. Teknologi ini sangat berbahaya jika digunakan oleh pelaku kejahatan siber, terutama untuk kepentingan politik. Dalam konteks pemilu, deepfake dapat digunakan untuk menyerang tokoh politik tertentu atau partai politik dengan cara menciptakan narasi palsu yang terlihat sangat meyakinkan. Dampaknya, deepfake dapat merusak reputasi individu, memicu kerugian moral dan material, serta menciptakan ketidakpercayaan di masyarakat terhadap proses politik yang berlangsung. Berita palsu yang menggunakan deepfake ini tidak hanya terbatas pada pelaporan berita yang tidak akurat, tetapi juga mencakup konten berorientasi hiburan seperti satir dan parodi, yang sering kali disalahpahami sebagai fakta oleh sebagian masyarakat (Rodríguez-ferrándiz, 2023). Dengan demikian, disinformasi melalui deepfake menjadi tantangan serius bagi integritas Pemilu 2024.

Malinformasi, di sisi lain, adalah jenis berita asli yang disajikan secara manipulatif sehingga menimbulkan kerugian tertentu. Dalam konteks Pemilu 2024, isu politik dinasti sering kali menjadi bahan malinformasi yang menysar tokoh-tokoh tertentu. Contohnya adalah Gibran Rakabuming Raka, Calon Wakil Presiden Nomor Urut 2, yang kerap dituduh membangun politik dinasti karena merupakan anak dari Presiden Joko Widodo. Meskipun benar bahwa Gibran adalah anak dari Presiden Jokowi, tuduhan politik dinasti tidak sepenuhnya tepat karena Gibran mengikuti proses demokrasi melalui pemilihan langsung oleh rakyat, baik saat menjadi Wali Kota Solo maupun dalam pencalonannya di tingkat nasional. Tuduhan ini sering kali tidak mempertimbangkan konteks bahwa politik

dinasti sejatinya hanya berlaku dalam sistem monarki, seperti di Keraton Solo atau Yogyakarta, di mana kekuasaan diwariskan secara langsung melalui garis keturunan tanpa proses pemilihan. Dalam hal ini, malinformasi dapat merusak persepsi publik terhadap seorang tokoh politik dan keluarganya, serta menciptakan opini negatif yang tidak mendasar. Oleh karena itu, penting untuk memahami konteks dan fakta sebelum menyebarkan informasi demi menjaga kredibilitas demokrasi selama Pemilu 2024.

Film dokumenter *HBO* berjudul “*After Truth: Disinformation and the Cost of Fake News*” menggambarkan situasi politik di Amerika Serikat yang dipenuhi dengan penggunaan disinformasi sebagai alat politik. Salah satu contohnya adalah bagaimana Donald Trump dan para pendukungnya memanfaatkan narasi palsu untuk menyingkirkan pemberitaan sah yang dianggap merugikan, tidak sesuai, atau kurang menguntungkan bagi mereka. Sebelum istilah berita palsu menjadi populer, ekosistem rumor, teori konspirasi, penipuan, dan cerita hoaks telah digunakan sebagai alat politik, termasuk dalam kampanye Presiden Trump pada tahun 2016. Film ini, disutradarai oleh Andrew Rossi dan diproduksi oleh Brian Stelter dari CNN, menunjukkan bahwa fenomena berita palsu tidak dimulai pada 2016 dan tidak terbatas pada politik partisan. Hal ini semakin diperparah dengan adanya teknologi informasi modern, yang mempermudah penyebaran informasi palsu, meskipun akar dari masalah ini terletak pada oportuniste dan sinisme. Sebagai sebuah elemen kritis, informasi berada di garis depan dalam perubahan sosial, di mana teknologi, informasi, dan data memiliki pengaruh signifikan terhadap masyarakat (Mensonides et al., 2024).

Disinformasi dalam konteks ini digambarkan sebagai senjata yang berbahaya, tetapi sangat efektif jika digunakan terlebih dahulu sebelum pihak lain melakukannya. Film “*After Truth*” memberikan wawasan historis tentang bagaimana disinformasi telah berkembang jauh sebelum Pemilu 2016. Salah satu studi kasus yang ditampilkan adalah kepanikan yang terjadi pada tahun 2015, di mana Infowars, media milik Alex Jones, menyebarkan teori konspirasi mengenai Jade Helm. Program ini adalah latihan militer yang direncanakan di wilayah barat daya Amerika Serikat, yang diklaim sebagai kedok untuk menangkap para pembangkang politik dan menahan mereka di bekas toko Walmart. Narasi ini

berhasil menyebar luas, memicu paranoia dan ketidakpercayaan masyarakat terhadap pemerintahan Presiden Obama.

Salah satu narasumber, Troy Michalik, pemilik toko senjata di Bastrop, Texas, mengungkapkan bagaimana rumor tersebut membuat gelisah komunitas konservatif di wilayah tersebut. Kurangnya informasi yang dapat dipercaya hanya memperburuk situasi, menyebabkan masyarakat meragukan fakta yang ada. Michalik bahkan menyatakan, "*Saya tidak tahu mana yang asli dan mana yang palsu,*" yang mencerminkan ketidakpercayaan yang telah tertanam selama bertahun-tahun. Paranoia terhadap Presiden Obama, yang sebelumnya menjadi subjek hoaks besar seperti Birtherisme, turut memperkuat pola disinformasi yang terus berlanjut hingga saat ini.

Film ini tidak hanya sekadar menggambarkan disinformasi sebagai masalah abstrak, tetapi sebagai pelanggaran nyata yang berdampak buruk pada individu dan kelompok tertentu. Contohnya adalah bagaimana korban penembakan sekolah difitnah oleh Infowars atau ancaman yang dialami oleh staf restoran pizza karena teori konspirasi yang tidak berdasar. Film ini dengan penuh empati menunjukkan bahwa disinformasi tidak hanya merugikan individu yang menjadi target, tetapi juga mereka yang mempercayainya dan terkadang terdorong untuk mengambil tindakan drastis berdasarkan informasi palsu tersebut.

Namun, film ini juga mengangkat optimisme bahwa pemeriksaan fakta dapat menjadi alat yang efektif untuk melawan disinformasi, bahkan di kalangan masyarakat yang cenderung skeptis terhadap media (Mothes & Ohme, 2022). Dengan demikian, "*After Truth*" memberikan pelajaran penting tentang bahaya disinformasi dalam konteks politik modern, khususnya menjelang Pemilu, seperti Pemilu 2024 di Indonesia, di mana fenomena serupa juga dapat menjadi tantangan serius dalam menjaga keadilan demokrasi.

#### **2.1.4 Pesan Hoaks**

Penelitian ini menggunakan Teori Manuel Castells sebagai landasan untuk menganalisis pesan hoaks. Castells adalah salah satu tokoh pionir yang secara mendalam mengkaji perkembangan teknologi informasi. Ia memperkenalkan istilah "zaman informasi" untuk menggambarkan era di mana kemajuan teknologi

informasi menyediakan dasar material bagi ekspansi yang luas dari bentuk jejaring sosial dalam berbagai struktur sosial. Istilah "*pervasive*" yang diperkenalkan Castells menunjukkan bagaimana teknologi telah menyatu dengan kehidupan manusia dan lingkungannya, sehingga teknologi tersebut tidak lagi dianggap sebagai sesuatu yang asing, melainkan bagian integral dari kehidupan sehari-hari. Sebagai contoh, penggunaan *smartphone* untuk berbagai aktivitas harian menggambarkan integrasi ini dan ketiadaan perangkat tersebut dapat menimbulkan ketidakpastian dan kegelisahan.

Castells memiliki pandangan yang luas terhadap perkembangan masyarakat informasi, di mana ia menyoroti konsep-konsep seperti informasionalisme, *network society*, kapitalisme, perekonomian global, transformasi angkatan kerja, *global city*, dan *cyberculture*. Dalam *network society*, Castells menyebutkan bahwa era ini ditandai dengan transisi dari struktur komunal menuju individualisasi, di mana individu memiliki peran yang lebih besar dalam ikatan sosial yang bersifat virtual dibandingkan ikatan fisik. Konsep "*me-centered networks*" menggambarkan bagaimana individu dalam komunitas virtual membangun jaringan sosial yang lebih bersifat personal. Dalam konteks masyarakat informasional, Castells tidak hanya membahas pergeseran ini tetapi juga bagaimana perubahan budaya massa dari industri menciptakan kebudayaan yang lebih terpecah-pecah. Struktur masyarakat di era ini ditopang oleh aliran penduduk, objek, dan simbol yang melintasi batas geografis melalui media seperti televisi dan internet.

Castells juga menekankan pentingnya oposisi politik proaktif dalam menghadapi dominasi kapitalisme global. Menurutnya, tantangan ini memerlukan kesadaran yang diorganisasikan untuk rekonstruksi sosial yang radikal. Aktivis lingkungan dan feminis adalah contoh kelompok yang dapat menjadi motor utama dalam perjuangan ini. Dalam konteks media sosial, Castells menyatakan bahwa informasi menjadi entitas penting karena memungkinkan pengguna untuk menciptakan identitas, memproduksi konten, dan berinteraksi. Informasi, dalam era digital ini, menjadi komoditas bernilai yang diproduksi, dipertukarkan, dan dikonsumsi. Hal ini memberikan gambaran bagaimana media sosial menjadi

penghubung antara dunia nyata dan dunia maya, menciptakan realitas baru, komunikasi, serta interaksi (Manuel, 2004).

Dalam konteks politik, pesan hoaks sering digunakan sebagai alat propaganda. Hoaks ini bertujuan untuk menggalang dukungan dan memengaruhi opini publik sesuai dengan agenda pencipta kontennya. Fenomena ini sering kali diawali dengan pembentukan "*cyber army*" oleh partai politik tertentu. *Cyber army* ini terdiri dari individu-individu yang tidak harus memiliki kesamaan ideologi politik, tetapi memiliki tugas untuk mencapai misi yang telah ditetapkan. Mereka bekerja dengan menyebarkan pesan-pesan yang seragam melalui media sosial dan platform komunikasi lainnya. Selain itu, organisasi atau partai politik biasanya memiliki saluran informasi lain di luar media sosial yang berfungsi untuk menyuplai konten. Media ini sering digunakan untuk menyebarkan informasi yang bias atau bahkan data palsu guna memanipulasi opini publik. Fenomena ini menunjukkan bagaimana media sosial telah menjadi alat yang efektif untuk membentuk realitas politik, sekaligus menyoroti pentingnya literasi *digital* dalam menghadapi *era* informasi ini.

### 2.1.5 Algoritma Naïve Bayes

Algoritma Naïve Bayes adalah salah satu teknik yang digunakan dalam penelitian ini, terutama untuk klasifikasi teks. Pendekatan ini melibatkan penyederhanaan model dari nilai atribut yang diasumsikan kondisional bebas jika nilai output telah diberikan. Metode ini telah banyak digunakan dalam analisis pesan konten dengan penambahan teks, yang bertujuan untuk memprediksi probabilitas suatu kejadian berdasarkan probabilitas sebelumnya (Manalu et al., 2022). Teori ini didasarkan pada *Teorema Bayes*, yang mendeskripsikan hubungan antara pola A dan pola B, baik dalam bentuk hubungan langsung maupun sebaliknya.

*Metode Naïve Bayes* dikembangkan oleh ilmuwan Inggris, Thomas Bayes, yang mendefinisikannya sebagai metode pengklasifikasian berbasis probabilitas dan statistik. Metode ini digunakan untuk memprediksi peluang terjadinya suatu peristiwa di masa depan berdasarkan pengalaman atau data yang tersedia di masa lalu. Proses ini melibatkan penghitungan *probabilitas posterior*, yang merupakan

hasil perkalian antara probabilitas sebelumnya dengan *likelihood* data yang diamati.

Dalam konteks penelitian ini, Naïve Bayes sangat berguna untuk menganalisis pola-pola data teks yang kompleks, seperti konten hoaks dalam media sosial. Model ini bekerja dengan mengasumsikan independensi antar fitur dalam dataset, meskipun dalam kenyataannya tidak selalu demikian. Meskipun asumsi independensi ini sering kali disederhanakan, metode ini tetap memberikan hasil yang efektif dalam banyak aplikasi.

Dalam penerapannya pada analisis pesan, metode ini digunakan untuk mengklasifikasikan data teks, seperti komentar di media social TikTok, berdasarkan kategori tertentu, seperti positif, negatif, atau netral. Model ini tidak hanya sederhana dan efisien, tetapi juga mampu menangani dataset yang besar dengan fitur yang beragam. Oleh karena itu, Naïve Bayes menjadi salah satu metode yang populer dan andal dalam analisis sentimen, klasifikasi email, dan bahkan deteksi hoaks di *era digital* ini. Persamaan Teorema Bayes yang digunakan dalam metode ini adalah sebagai berikut:

$$P(H|X) = P(X|H).P(H)/P(H) \dots\dots\dots(1)$$

Untuk menjelaskan metode Naive Bayes, perlu diketahui bahwa proses klasifikasi memerlukan sejumlah petunjuk untuk menentukan kelas apa yang cocok bagi sampel yang di analisis tersebut. Karena itu, metode Naive Bayes di atas disesuaikan sebagai berikut:

$$(C|F1 \dots Fn) = (C).(F1 \dots Fn|C)/ P(F1 \dots Fn) \dots\dots\dots (2)$$

Di mana Variabel C mempresentasikan kelas, sementara variable F1...Fn mempresentasikan karakteristik petunjuk yang dibutuhkan untuk menentukan klasifikasi. Maka rumus tersebut menjelaskan bahwa peluang masuknya sampel karakteristik tertentu dalam kelas C (Posterior) adalah peluang munculnya kelas C (sebelum masuknya sampel tersebut, seringkali disebut prior), dikali dengan peluang kemunculan karakteristik-karakteristik sampel pada kelas C (disebut likelihood), dibagi dengan peluang kemunculan karakteristik-karakteristik secara global (disebut juga evidence). Karena itu, rumus di atas dapat pula ditulis secara sederhana sebagai berikut:

$$posterior = prior \times likelihood \ evidence \dots\dots\dots (3)$$

*Nilai Evidence* selalu tetap untuk setiap kelas pada satu sampel. Nilai dari Posterior tersebut nantinya akan dibandingkan dengan nilai-nilai posterior kelas lainnya untuk menentukan ke kelas apa suatu sampel akan diklasifikasikan. Probabilitas dalam naïve bayes disesuaikan dengan rumus:

$$P(A|B) = \frac{P(B|A) P(A)}{P(B)}$$

Keterangan:

$P(A|B)$  : probabilitas hipotesis A jika diberikan data B

$P(B|A)$  : probabilitas data B benar jika hipotesis A (benar)

$P(A)$  : probabilitas hipotesis A benar (terlepas dari datanya)

$P(B)$  : probabilitas data (terlepas dari hipotesis)

Seperti dalam rumus diatas menunjukkan bahwa B adalah kelas spesifik, nilai A adalah yang belum diketahui.  $(A | B)$  adalah probabilitas dari hipotesa yang sebelumnya, sedangkan  $P(A)$  merupakan probabilitas dari B.  $P(B | A)$  merupakan hasil dari likelihood dan prior yang dikalikan dan dibagi *evidence*. *Likelihood* yang termasuk sebagai probabilitas atribut data A pada kelas B. Prior yaitu probabilitas dari kelas B dari *total set*, dan *evidence* merupakan atribut dari data A yang berasal dari total data set (Perdana et al., 2022a).

*Natural Language Processing (NLP)* merupakan salah satu bidang dalam ilmu komputer yang tergolong dalam cabang kecerdasan buatan (*artificial intelligence*) dan linguistik. *NLP* berfokus pada interaksi antara komputer dengan bahasa alami manusia, seperti bahasa Indonesia, bahasa Inggris, dan berbagai bahasa lainnya. Pemrosesan bahasa alami menjadi bagian penting dari pembelajaran mesin (*machine learning*) yang memfasilitasi komputer dalam memahami, menganalisis, dan memproses teks atau ucapan dalam bahasa manusia. Tujuan utama dari pengembangan *NLP* adalah menciptakan sistem yang mampu memahami makna bahasa manusia secara kontekstual dan memberikan respons yang relevan (Mahawardana et al., 2022). Teknologi ini memainkan peran signifikan dalam berbagai aplikasi, seperti analisis sentimen, chatbots, penerjemahan otomatis, dan deteksi hoaks.

Dalam konteks analisis pesan konten hoaks, *NLP* sering diterapkan melalui bidang penelitian opini atau lebih dikenal sebagai *opinion mining*. Penelitian opini

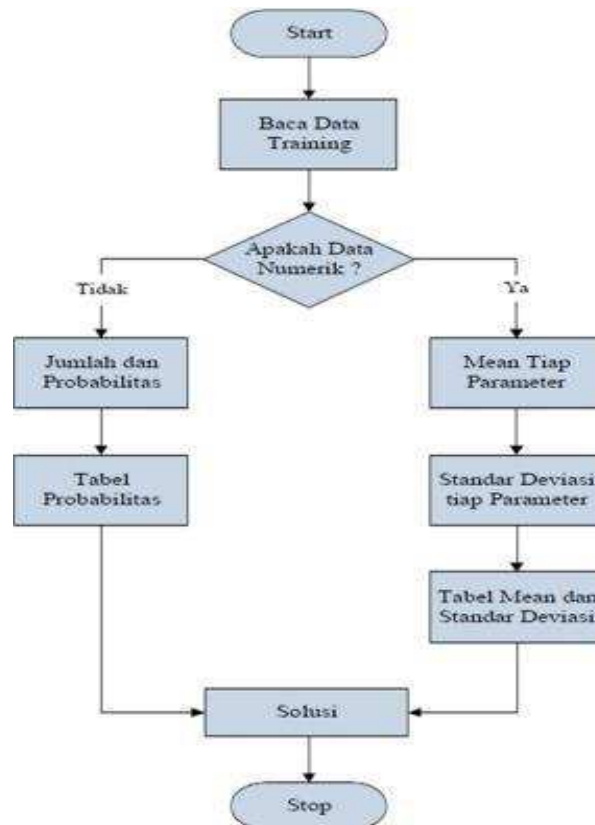


bertujuan untuk mengeksplorasi sikap, perasaan, dan pandangan individu terhadap berbagai isu, seperti produk, layanan, organisasi, tokoh, peristiwa, atau kebijakan tertentu. Pengertian opini sendiri memiliki cakupan yang luas. Namun, dalam analisis opini, fokus utamanya adalah pada ekspresi emosi yang menggambarkan sentimen positif, negatif, atau netral terhadap suatu subjek (Su et al., 2020b).

*Opinion mining* adalah bagian dari penambangan data yang secara khusus bertujuan mengekstrak informasi subjektif dari data tekstual. Informasi ini kemudian diklasifikasikan berdasarkan polaritasnya menjadi kategori positif, negatif, atau netral. Model analisis yang diterapkan pada opini mining dapat disesuaikan dengan tujuan penelitian, seperti untuk jajak pendapat, analisis sentimen terhadap produk, atau analisis hoaks dalam konteks politik (Siswanto et al., 2022c).

Opini atau perasaan yang disampaikan melalui teks dapat berbentuk ungkapan positif maupun negatif. Contoh istilah berkonotasi positif mencakup kata-kata seperti "*bagus*," "*fantastis*," dan "*spektakuler*," sementara istilah berkonotasi negatif mencakup "*buruk*," "*menyedihkan*," dan "*mengkhawatirkan*" (Su et al., 2020b). Dengan memanfaatkan algoritma NLP, opini-opini ini dapat dianalisis secara efektif untuk memahami dinamika persepsi publik terhadap suatu isu, termasuk dalam menganalisis konten hoaks yang sering kali mengandung emosi tertentu untuk memengaruhi audiensnya.

Penggunaan NLP dalam analisis konten hoaks menjadi semakin relevan di *era digital*, terutama dengan meningkatnya *volume data* yang dihasilkan oleh pengguna media sosial. Teknologi ini memungkinkan pengolahan data dalam skala besar dengan efisiensi tinggi, sehingga memberikan kontribusi yang signifikan dalam mendeteksi, mengelompokkan, dan mengevaluasi hoaks berdasarkan pola sentimen yang terkandung di dalamnya.



Sumber: (Saleh, 2015)

**Gambar 3.** Alur proses *algoritma Naïve Bayes*

Gambar 3 menunjukkan alur proses kerja algoritma Naïve Bayes yang digunakan dalam analisis data. Berdasarkan sumber dari (Saleh, 2015), proses dimulai dengan membaca *data training*, yaitu data yang digunakan untuk melatih model dalam pengklasifikasian. *Data training* berfungsi sebagai dasar dalam membangun *model probabilistik* untuk memprediksi data baru. Setelah data dibaca, langkah berikutnya adalah mengidentifikasi apakah data yang digunakan bersifat numerik atau tidak. Jika data bersifat numerik, langkah selanjutnya adalah menghitung nilai rata-rata (*mean*) dan standar deviasi dari setiap parameter data numerik tersebut. Nilai ini kemudian digunakan untuk menghitung probabilitas kategori tertentu. Sebaliknya, jika data tidak bersifat numerik, probabilitas dihitung dengan membagi jumlah data yang sesuai dari kategori tertentu dengan total data dalam kategori tersebut.

Setelah semua perhitungan dilakukan, data probabilitas maupun nilai mean dan standar deviasi disusun dalam tabel. Tabel ini menjadi acuan untuk

melakukan analisis dan prediksi pada data baru. Tahap akhir dari proses ini adalah menghasilkan solusi berupa klasifikasi data sesuai dengan pola yang ditemukan dalam *data training*. Proses ini dihentikan setelah semua tahapan selesai dilakukan.

Pada konteks analisis pesan konten hoaks, *algoritma Naïve Bayes* digunakan untuk mengklasifikasikan data berdasarkan berbagai tahapan penting. **Tahap pertama** adalah pengumpulan data atau scrapping data dari berbagai sumber, seperti berita *online* atau media sosial. Data ini dikumpulkan untuk membangun *dataset* yang relevan, misalnya terkait hoaks Pemilu 2024 atau informasi tentang kandidat presiden. Setelah data dikumpulkan, langkah berikutnya adalah *pre-processing*. Proses ini bertujuan untuk membersihkan data dari elemen yang tidak diperlukan dengan menggunakan teknik seperti *tokenization* (memecah teks menjadi unit kata), *stopwords removal* (menghapus kata-kata umum yang tidak signifikan), dan *stemming* (mengubah kata menjadi bentuk dasarnya).

**Langkah berikutnya** adalah *transformation*, yang melibatkan perubahan data teks ke dalam format yang dapat dihitung secara numerik. Pada tahap ini, representasi data seperti vektor digunakan untuk mengukur kehadiran atau frekuensi kata-kata tertentu dalam dokumen. Selanjutnya adalah proses *feature selection*, yaitu memilih fitur-fitur yang paling relevan untuk analisis. Tahap ini dilakukan agar pengklasifikasian menjadi lebih efisien dan akurat. Beberapa metode yang sering digunakan dalam feature selection meliputi *information gain*, *chi-square*, dan *minimum frequency*.

Proses utama adalah tahap *classification*, di mana data diklasifikasikan berdasarkan model yang telah dilatih sebelumnya. Dalam konteks ini, *algoritma Naïve Bayes* sering digunakan bersama dengan algoritma lain seperti *Support Vector Machine (SVM)* untuk mendapatkan hasil yang lebih akurat. Tahap terakhir adalah interpretasi atau evaluasi hasil klasifikasi. Metode evaluasi ini menggunakan metrik seperti akurasi, *recall*, dan *precision* untuk mengukur keberhasilan model dalam mengklasifikasikan data.

Dengan mengikuti proses ini, *algoritma Naïve Bayes* dapat digunakan untuk menganalisis dan mengklasifikasikan pesan hoaks secara efektif. Dalam konteks

Pemilu 2024, metode ini berkontribusi dalam memahami pola penyebaran hoaks dan dampaknya terhadap opini publik, sehingga dapat mendukung upaya pencegahan penyebaran informasi palsu di media sosial.

Manfaat analisis pesan konten hoaks sangat penting untuk memahami sejauh mana data pengaduan masyarakat terhadap pembangunan dapat digunakan sebagai alat untuk mengidentifikasi reaksi masyarakat, khususnya terkait opini hoaks Pilpres 2024 (Nomleni et al., 2014). Pengolahan data analisis pesan konten hoaks dilakukan untuk menghasilkan informasi dari opini publik yang ada. Analisis ini mampu mengelompokkan opini ke dalam kategori positif dan negatif serta menyimpulkan elemen opini yang sering menjadi perdebatan (Novantirani, 2015). Dengan demikian, analisis ini dapat memberikan wawasan yang lebih dalam mengenai persepsi masyarakat terhadap isu tertentu, termasuk isu-isu politik yang sensitif.

Analisis pesan konten hoaks, yang sering dikenal sebagai penambangan opini, merupakan bidang penelitian dalam penambangan teks yang bertujuan untuk menentukan persepsi publik serta subjektivitas terhadap suatu topik, peristiwa, atau masalah yang sedang diperdebatkan. Text mining adalah proses menganalisis teks untuk mendapatkan informasi signifikan yang berguna untuk menghasilkan hasil yang spesifik (Azizah, 2022). Nilai dari analisis pesan konten hoaks sangat beragam dan penting (Motz et al., 2022b). Selain itu, pencarian opini berbasis kata kunci biasanya hanya dilakukan pada ulasan berbahasa Indonesia tanpa memperhatikan komentar publik secara menyeluruh (Hamka & Ratna Sari, 2022).

Proses analisis pesan konten hoaks pertama kali dikembangkan menggunakan pemrosesan bahasa *alami* (*Natural Language Processing/NLP*), yang merupakan salah satu bidang teknologi kecerdasan buatan. Pemrosesan awal teks mencakup tokenisasi dan pemilihan fitur sebagai bagian dari analisis pesan konten hoaks. Dalam proses ini, prediksi klasifikasi *algoritma Naive Bayes*, *Weighted Instances*, dan *Null-R* dibandingkan dengan data berdasarkan frekuensinya untuk menentukan algoritma terbaik dalam proses klasifikasi. Hasil analisis uji menunjukkan bahwa *metode Naive Bayes* memiliki performa yang baik (C. M. Juliane, 2021).

Berbagai pendekatan dapat digunakan untuk memperoleh data atau informasi yang relevan saat memecahkan suatu masalah. Metode observasi sering digunakan untuk mengamati langsung objek yang akan diteliti, yang hasilnya kemudian diolah menjadi data primer (Mahbubah et al., 2023). Metode ini mendukung proses penambangan teks yang mencakup langkah-langkah seperti klasifikasi teks, ekstraksi informasi, dan ekstraksi kata. Penambangan teks memungkinkan peneliti untuk mengekstraksi informasi dari sumber data dengan mengidentifikasi dan memeriksa pola-pola yang menarik. Teknik ini melibatkan penerapan metode seperti pembelajaran mesin, pemrosesan bahasa alami, pencarian informasi, dan manajemen pengetahuan.

Dalam konteks politik, analisis pesan konten hoaks digunakan untuk menjelaskan ekspektasi masyarakat terhadap kinerja pemerintah dan manajemen reputasi seorang tokoh politik (N. Saputra, 2017). Namun, penggunaan *Microsoft Excel* untuk membaca, memilah, dan mengklasifikasikan data komentar secara manual menjadi kurang efektif jika data yang diproses sangat besar. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk memanfaatkan analisis pesan konten hoaks dengan metode klasifikasi berbasis *algoritma Naïve Bayes* yang didukung oleh pemrograman *Python*, sehingga menghasilkan analisis yang lebih akurat dan efisien (Ulfah Siregar et al., 2019b).

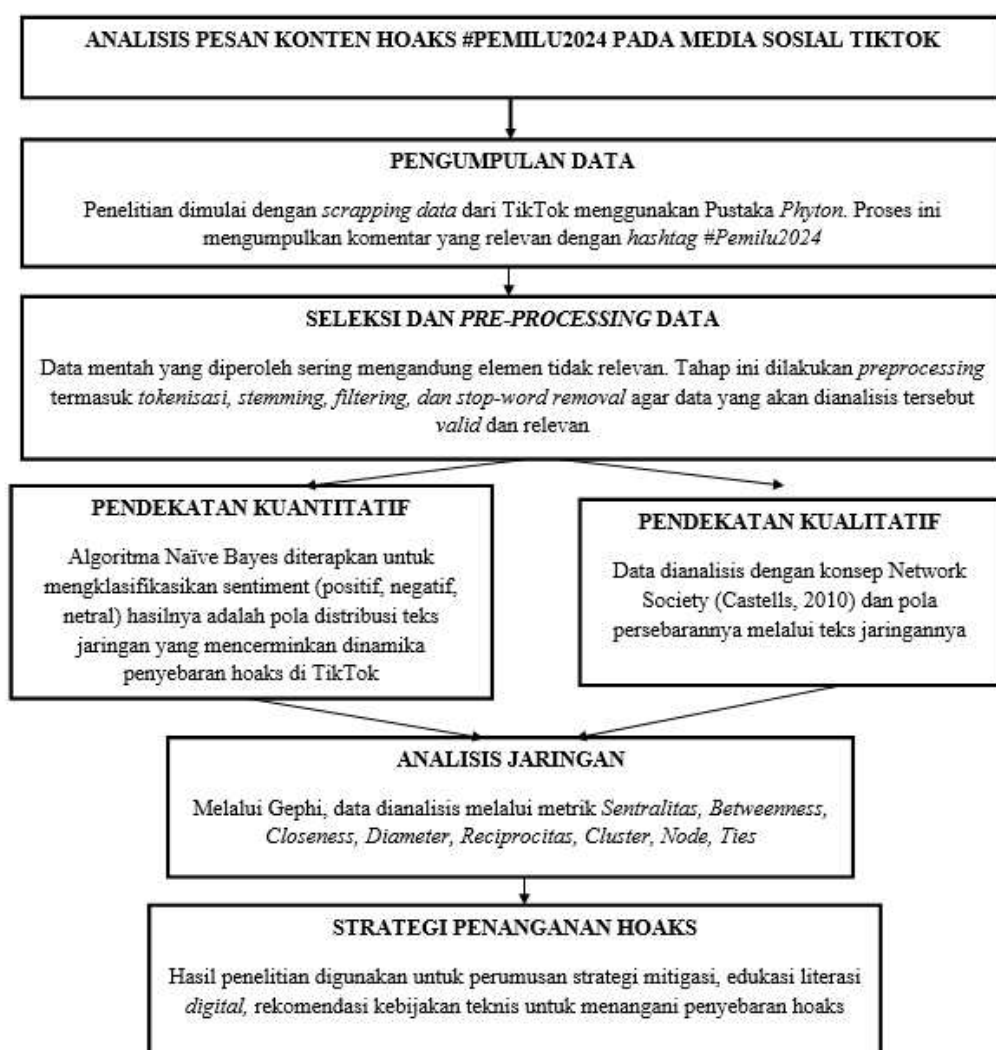
Dasar pemrosesan dan klasifikasi teks melibatkan penggunaan *Python Natural Language Toolkit (NLTK)*. *NLTK* merupakan pustaka yang dirancang untuk mendukung berbagai tugas pemrosesan bahasa alami, seperti tokenisasi, pelabelan (*tagging*), penyaringan (*filtering*), serta pengolahan teks (*text processing*). Dalam penerapannya, pustaka *NLTK* menyediakan berbagai model pengklasifikasi yang dapat dilatih, salah satunya adalah *Naive Bayes Classifier*. Salah satu pendekatan yang sering digunakan dalam pemrosesan teks adalah *Model Bag of Words*, yaitu *model unigram* yang dirancang untuk menghitung jumlah kemunculan setiap kata dalam teks. Model ini dibangun menggunakan pustaka *NLTK* dan berfungsi untuk meningkatkan akurasi model klasifikasi. Data yang telah dikumpulkan dianalisis berdasarkan nilai subyektif dari setiap kata, sehingga dapat digunakan untuk menentukan keseluruhan analisis pesan, termasuk klasifikasi pesan sebagai netral, positif, atau negatif. Pendekatan ini relevan,

terutama untuk mengidentifikasi narasi-narasi yang tersebar di media sosial seperti TikTok selama menjelang Pemilu 2024, yang sering menjadi platform utama untuk menyebarkan hoaks dan propaganda politik (Gupta, Negi, Vishwakarma, Rawat, Badhani, et al., 2017).

Selain NLTK, penelitian ini juga memanfaatkan pustaka *TextBlob*, sebuah pustaka pemrosesan bahasa alami yang tersedia di *Python*. *TextBlob* memungkinkan pengenalan kata, ekstraksi informasi, terjemahan kata, hingga analisis pesan secara lebih mendalam. Melalui pustaka ini, analisis pesan konten hoaks dapat dilakukan secara terstruktur dengan mengidentifikasi pola data serta memahami konteks pesan yang diklasifikasikan berdasarkan sifatnya, baik itu positif, netral, maupun negatif (Vindua & Zailani, 2023c).

*Pendekatan Natural Language Understanding (NLU)* juga diterapkan untuk meningkatkan kualitas analisis. Sebuah sistem *NLU* dikatakan benar (*true NLU*) jika mampu melakukan empat tugas utama, yaitu memparafrasekan input teks, menerjemahkan teks ke dalam bahasa lain, menjawab pertanyaan berdasarkan teks atau percakapan, serta mengidentifikasi inti atau esensi dari teks atau percakapan. Implementasi ini bertujuan untuk memberikan hasil analisis yang lebih akurat dan relevan terhadap isu konten hoaks, khususnya yang beredar di *platform media sosial* seperti TikTok menjelang Pemilu 2024. Dalam konteks Pemilu 2024, sistem ini dapat digunakan untuk mendeteksi pola narasi negatif yang disebarluaskan terhadap kandidat tertentu atau isu yang berkaitan dengan penyelenggaraan pemilu.

Selain itu, analisis berbasis *NLTK* dan *TextBlob* memungkinkan pengelompokan data hoaks menjadi lebih mudah dan efisien, terutama saat data yang diolah bersifat masif, seperti ribuan komentar atau unggahan media sosial terkait Pemilu 2024. Dalam konteks ini, klasifikasi pesan menjadi alat yang sangat penting untuk memetakan persepsi publik dan mengidentifikasi *trend* disinformasi. Dengan begitu, hasil analisis ini tidak hanya membantu dalam memahami lanskap opini masyarakat, tetapi juga dapat digunakan sebagai alat pengambilan keputusan bagi lembaga terkait dalam menanggulangi penyebaran hoaks, meningkatkan literasi *digital*, dan memperkuat kepercayaan publik terhadap proses demokrasi yang sedang berlangsung.



**Gambar 4. Kerangka Konsep**

Kerangka pemikiran dalam penelitian ini diawali dengan **analisis pesan konten hoaks** yang beredar dengan menggunakan *hashtag* #Pemilu2024 pada media sosial TikTok. Hoaks dalam konteks Pemilu 2024 menjadi salah satu isu yang dominan di ruang digital, di mana informasi yang tidak akurat atau dimanipulasi dapat membentuk persepsi publik terhadap kandidat maupun penyelenggara pemilu. Dengan memanfaatkan analisis komunikasi digital, penelitian ini bertujuan untuk memahami **pola penyebaran hoaks serta bagaimana konten-konten ini memengaruhi opini publik**. Pemilihan platform TikTok sebagai objek penelitian didasarkan pada perannya sebagai media sosial

dengan tingkat keterlibatan pengguna yang tinggi, khususnya di kalangan pemilih muda.

Sebagai langkah awal dalam penelitian ini, **pengumpulan data** dilakukan menggunakan teknik *scraping* dari TikTok dengan memanfaatkan pustaka *Python*. Proses *scraping* bertujuan untuk mengumpulkan data komentar yang relevan dengan *hashtag* #Pemilu2024, sehingga hanya informasi yang berkaitan langsung dengan narasi pemilu yang dianalisis lebih lanjut. Data yang diperoleh berupa teks komentar yang ditinggalkan pengguna TikTok dalam berbagai diskusi terkait Pemilu 2024. Tahapan ini sangat penting untuk mendapatkan gambaran yang representatif mengenai bagaimana hoaks menyebar dan berkembang dalam jaringan komunikasi digital.

Setelah data terkumpul, langkah berikutnya adalah **seleksi dan pre-processing data**, mengingat data mentah sering kali mengandung elemen yang tidak relevan, seperti duplikasi kata, tautan, atau karakter non-alfabetik. Untuk memastikan keakuratan data yang akan dianalisis, tahapan *pre-processing* dilakukan melalui beberapa proses teknis, termasuk **tokenisasi, stemming, filtering, dan stop-word removal**. **Tokenisasi** dilakukan untuk memecah teks menjadi unit kata yang lebih kecil, sementara **stemming** digunakan untuk mengubah kata menjadi bentuk dasarnya agar tidak terjadi duplikasi makna. **Filtering** bertujuan untuk menghilangkan karakter atau simbol yang tidak relevan, sedangkan **stop-word removal** diterapkan untuk menghapus kata-kata yang memiliki makna leksikal rendah, seperti “dan”, “atau”, serta “yang”. Melalui tahapan ini, penelitian memastikan bahwa hanya informasi yang benar-benar memberikan wawasan tentang pola penyebaran hoaks yang dipertahankan dalam analisis.

Penelitian ini menggunakan **pendekatan kuantitatif dan kualitatif secara bersamaan** agar memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif terkait penyebaran hoaks dalam jaringan komunikasi digital. **Pendekatan kuantitatif** diterapkan dengan memanfaatkan algoritma **Naïve Bayes** untuk mengklasifikasikan sentimen komentar yang dianalisis menjadi tiga kategori utama, yaitu **positif, negatif, dan netral**. Hasil klasifikasi ini memberikan gambaran tentang distribusi sentimen serta bagaimana wacana terkait hoaks



berkembang di TikTok. Kategori **sentimen negatif** sering kali mengandung elemen hoaks atau disinformasi yang bertujuan untuk mendiskreditkan lawan politik atau penyelenggara pemilu. Dengan demikian, analisis sentimen ini memungkinkan penelitian untuk mengidentifikasi kecenderungan hoaks dalam membentuk opini publik.

Sementara itu, **pendekatan kualitatif** dalam penelitian ini bertumpu pada konsep **Network Society** yang dikembangkan oleh **Manuel Castells (2010)**. Dalam teori ini, Castells menekankan bahwa masyarakat modern berkembang dalam jaringan komunikasi digital yang semakin mendominasi struktur sosial dan politik. Media sosial, termasuk TikTok, menjadi salah satu contoh bagaimana jaringan digital memungkinkan penyebaran informasi dalam skala luas dengan kecepatan tinggi. Dalam konteks penelitian ini, teori **Network Society** digunakan untuk memahami bagaimana **struktur jaringan komunikasi digital di TikTok berkontribusi terhadap penyebaran hoaks dan pembentukan opini publik**. Dengan kata lain, penelitian ini menelaah bagaimana algoritma platform, pola interaksi pengguna, serta keberadaan aktor-aktor kunci dalam jaringan dapat mempercepat atau menghambat penyebaran hoaks.

Tahap berikutnya dalam penelitian ini adalah **analisis jaringan**, yang digunakan untuk mengungkap dinamika komunikasi yang terjadi dalam media sosial TikTok. Dengan menggunakan perangkat lunak **Gephi**, data dianalisis berdasarkan berbagai **metrik jaringan**, seperti **Sentralitas, Betweenness, Closeness, Diameter, Reciprocitas, Cluster, Node, dan Ties**. **Sentralitas** mengukur tingkat kepentingan suatu node dalam jaringan berdasarkan seberapa sering node tersebut menjadi jalur utama dalam komunikasi digital. **Betweenness** menunjukkan seberapa besar peran suatu node dalam menghubungkan berbagai kelompok diskusi. **Closeness** menggambarkan seberapa cepat informasi dapat menyebar dalam jaringan, sedangkan **Diameter** mengukur jarak terjauh antara dua node dalam jaringan, yang memberikan wawasan tentang jangkauan maksimum informasi dalam jaringan komunikasi TikTok. **Reciprocitas** digunakan untuk memahami hubungan timbal balik dalam diskusi, sementara **Cluster** menunjukkan bagaimana kelompok-kelompok pengguna berkumpul

berdasarkan topik tertentu. **Node** dan **Ties** berperan dalam menggambarkan hubungan antar elemen dalam jaringan komunikasi.

Dari hasil analisis ini, penelitian ini berupaya memberikan **kontribusi dalam strategi penanganan hoaks**, baik dalam **perumusan strategi mitigasi, peningkatan edukasi literasi digital, maupun rekomendasi kebijakan teknis** yang lebih efektif dalam menangkal penyebaran hoaks di media sosial. Salah satu tantangan utama dalam menangkal hoaks adalah bagaimana meningkatkan literasi *digital* masyarakat agar mereka mampu membedakan antara informasi yang valid dan hoaks yang sengaja disebar untuk membentuk opini tertentu. Oleh karena itu, penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan bagi **pemangku kebijakan, akademisi, dan praktisi komunikasi** dalam menghadapi tantangan disinformasi di *era digital*. Penelitian ini dapat digunakan sebagai dasar bagi penyelenggara pemilu, pemerintah, dan masyarakat sipil dalam merancang kebijakan yang lebih efektif untuk menangani hoaks serta memastikan proses demokrasi yang transparan dan berintegritas.

## BAB III

### METODOLOGI PENELITIAN

#### 3.1 Pendekatan dan Jenis Penelitian

Bab ini menjelaskan tentang metodologi penelitian yang digunakan untuk mencapai tujuan penelitian, yaitu menganalisis pesan konten hoaks yang beredar di media sosial TikTok dengan *hashtag* #Pemilu2024. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dominasi sentimen positif, negatif, dan netral, serta pola penyebaran konten hoaks yang dapat memengaruhi persepsi masyarakat terhadap pemilu.

Metodologi yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan mixed method, yaitu penggabungan metode kualitatif dan kuantitatif. Pendekatan kuantitatif digunakan untuk menganalisis data berbasis algoritma Naïve Bayes, dengan tujuan untuk mengklasifikasikan sentimen dalam komentar-komentar TikTok. Data kuantitatif ini dianalisis melalui proses *scraping data* selama enam bulan, yang kemudian diolah melalui tahapan *preprocessing* untuk menghasilkan data bersih.

Pendekatan kualitatif digunakan untuk mengeksplorasi karakteristik pesan konten hoaks dengan fokus pada konteks dan pola narasi yang ditemukan dalam *video* dan komentar yang telah dianalisis secara kuantitatif. Dengan pendekatan ini, penelitian bertujuan untuk memberikan pemahaman yang mendalam terhadap konteks sosial dan budaya di balik penyebaran hoaks pada Pemilu 2024.

Dengan mengadopsi *mixed method*, penelitian ini memberikan hasil yang lebih komprehensif, baik dari segi kuantitatif untuk pengukuran pola data yang terstruktur, maupun kualitatif untuk interpretasi konteks dan makna dari data tersebut. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk mengintegrasikan data empiris dengan analisis.

#### 3.2 Metode Penelitian

Metode riset yang digunakan dalam penelitian ini dirancang untuk memetakan alur dan prosedur penelitian secara sistematis berdasarkan tujuan, teori, dan pendekatan yang relevan. Pendekatan kuantitatif diterapkan untuk

menganalisis pola penyebaran hoaks di media sosial TikTok selama Pemilu 2024. Jenis metode riset kuantitatif yang digunakan dalam penelitian ini meliputi studi kepustakaan, pengumpulan data primer melalui *scraping*, pengujian sistem analisis, dan penyusunan hasil secara sistematis.

Metode pertama adalah studi kepustakaan, yang dilakukan dengan mengumpulkan data sekunder dari jurnal ilmiah, buku, penelitian terdahulu, dan situs internet. Tujuannya adalah untuk mendapatkan landasan teori dan referensi yang relevan mengenai analisis pesan konten hoaks, khususnya dengan menggunakan metode Naïve Bayes. Studi kepustakaan ini juga penting untuk memahami bagaimana hoaks terkait Pemilu 2024 disebarakan melalui *platform* media sosial TikTok dan dampaknya terhadap masyarakat.

Metode kedua adalah pengumpulan data primer langsung dari TikTok menggunakan teknik *scraping text mining*. Proses ini melibatkan pengumpulan data mentah berupa komentar, unggahan *video*, dan deskripsi yang berkaitan dengan isu Pemilu 2024. Data diambil tanpa melalui pengolahan awal untuk menjaga keasliannya. Teknik *scraping* memungkinkan peneliti mengumpulkan data secara real-time, memberikan gambaran akurat tentang pola penyebaran informasi hoaks, serta menangkap dinamika sosial yang terjadi di TikTok.

Tahap berikutnya adalah pengujian dan evaluasi. Tahap ini bertujuan untuk menguji efektivitas sistem analisis yang diterapkan, khususnya algoritma *Naïve Bayes*, dalam mengidentifikasi dan mengklasifikasikan hoaks. Pengujian dilakukan untuk mengukur akurasi model dan dampaknya terhadap persepsi masyarakat. Evaluasi hasil pengujian menyediakan panduan strategis untuk menanggulangi penyebaran hoaks, terutama menjelang Pemilu 2024.

Langkah terakhir adalah penyusunan hasil penelitian. Semua temuan dianalisis dan disusun secara sistematis untuk mempermudah penelitian lanjutan yang ingin memperdalam pemahaman tentang fenomena hoaks di TikTok. Hasil dokumentasi ini juga digunakan untuk memberikan rekomendasi kepada pihak terkait, seperti pemerintah dan penyelenggara pemilu, dalam menangani hoaks secara efektif selama proses pemilu.

Metodologi penelitian ini dirancang untuk memberikan wawasan mendalam mengenai penyebaran hoaks di TikTok selama Pemilu 2024 dan menunjukkan

bagaimana analisis berbasis data dapat menjadi alat penting dalam memahami dan menangani disinformasi di media sosial.

### 3.2.1 *Mixed Method*

Pendekatan *mixed method* adalah metode penelitian yang menggabungkan elemen kuantitatif dan kualitatif untuk memperoleh pemahaman yang lebih menyeluruh tentang masalah penelitian. Konsep ini merujuk pada teori (Creswell & Creswell, 2022), yang menjelaskan bahwa *mixed method* melibatkan pengumpulan, analisis, dan penggabungan data kuantitatif dan kualitatif ke dalam satu desain penelitian. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif terlebih dahulu untuk memperoleh data numerik yang spesifik, diikuti oleh pendekatan kualitatif untuk memberikan interpretasi yang lebih mendalam terhadap hasil tersebut. *Mixed method* memberikan fleksibilitas dalam penelitian dan memungkinkan peneliti untuk mengeksplorasi realitas ganda yang dapat diklasifikasikan, diamati, dan dikonstruksi (Sugiyono, 2015).

Pendekatan ini dianggap relevan karena evaluasi terhadap isu hoaks Pemilu 2024 membutuhkan informasi kuantitatif untuk mengidentifikasi pola penyebaran hoaks serta informasi kualitatif untuk memahami konteks sosial di balik penyebaran informasi tersebut. Dengan demikian, penggunaan metode gabungan ini memungkinkan untuk mendapatkan hasil yang lebih lengkap, valid, dan obyektif (Isnaeni & Kumaidi, 2015). Metode gabungan tidak hanya bermanfaat dalam mengarahkan persepsi publik dan memperoleh dukungan untuk intervensi yang diusulkan, tetapi juga dalam membentuk proses pengambilan keputusan berbasis data (Tsagkroni & Dikaios, 2024).

Penelitian ini menggunakan analisis sentimen untuk mengidentifikasi persepsi publik terhadap hoaks Pemilu 2024 di *platform* TikTok. Pendekatan kuantitatif digunakan untuk menganalisis data numerik yang diperoleh dari *scraping data*, seperti jumlah komentar dengan sentimen positif, negatif, atau netral. Selanjutnya, pendekatan kualitatif diterapkan untuk mengeksplorasi isi komentar yang memiliki sentimen tertentu dan bagaimana pola ini memengaruhi persepsi masyarakat (Azzaki et al., 2022). Data kualitatif yang diperoleh dari

analisis pesan konten hoaks digunakan untuk menjelaskan hasil kuantitatif, memberikan pemahaman yang lebih kontekstual dan mendalam.

Menurut (Molina-Azorin, 2016), *mixed method* memberikan fleksibilitas dalam menentukan bobot pada elemen kuantitatif atau kualitatif, bergantung pada tujuan penelitian. Dalam penelitian ini, pendekatan kuantitatif digunakan sebagai langkah awal untuk mendapatkan data statistik, yang kemudian diikuti oleh analisis kualitatif untuk memberikan makna terhadap data yang dikumpulkan. Pengumpulan data dapat dilakukan secara simultan atau berurutan, tergantung pada kebutuhan penelitian. Selain itu, (Jansen et al., 2020b) mengklasifikasikan *desain mixed method* ke dalam empat jenis yang dapat disesuaikan dengan tujuan penelitian.

Burhan Bungin menjelaskan bahwa penelitian kuantitatif dengan format deskriptif bertujuan untuk menjelaskan, meringkas, dan menggambarkan berbagai kondisi atau situasi yang menjadi fokus penelitian berdasarkan fakta yang ada di masyarakat. Dalam konteks penelitian ini, data kuantitatif dianalisis untuk memahami persebaran hoaks di TikTok, sedangkan data kualitatif digunakan untuk mengeksplorasi narasi dan dinamika sosial di balik penyebaran hoaks tersebut. Dengan pendekatan ini, penelitian dapat memberikan gambaran yang lebih komprehensif tentang isu hoaks Pemilu 2024, termasuk pengaruhnya terhadap masyarakat dan potensi solusinya (Bungin, 2022).

Penggunaan metode ini memberikan keunggulan karena hasil yang diperoleh mencerminkan kompleksitas fenomena yang diteliti, termasuk pola penyebaran hoaks di media sosial dan dampaknya terhadap opini publik. Selain itu, metode ini memberikan kontribusi pada pengembangan teori serta rekomendasi praktis untuk menangani penyebaran hoaks secara lebih efektif.

Penelitian ini menerapkan strategi metode campuran secara sekuensial atau bertahap (*sequential mixed methods*), dengan menggunakan pendekatan *eksplorasi sekuensial*. Strategi ini dimulai dengan pengumpulan dan analisis data kuantitatif untuk menjawab rumusan masalah yang berfokus pada pengklasifikasian dan analisis pesan konten hoaks yang beredar di media sosial TikTok terkait #Pemilu2024. Pada tahap pertama, pendekatan kuantitatif diterapkan dengan memanfaatkan algoritma *Naïve Bayes* untuk menganalisis

komentar *video* TikTok, mengidentifikasi kelas sentimen positif dan negatif dalam pesan-pesan hoaks. Tahap ini bertujuan untuk mengungkap pola distribusi sentimen dalam konten yang dianalisis.

Tahapan kedua penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, yang dilakukan untuk memberikan konteks dan interpretasi yang lebih mendalam terhadap hasil analisis kuantitatif. Data kualitatif dianalisis dengan metode analisis pesan konten hoaks, yang bertujuan untuk memahami dinamika sosial, konteks, serta dampak dari penyebaran hoaks terhadap masyarakat. Melalui pendekatan ini, hasil kuantitatif dapat dijelaskan dengan lebih rinci, sehingga memberikan pemahaman yang lebih komprehensif tentang fenomena yang diteliti.

Paradigma penelitian ini mengacu pada paradigma pragmatis, yang berasumsi bahwa kenyataan atau realitas dapat dipahami, diperdebatkan, dan diinterpretasikan. Paradigma ini menekankan pentingnya menemukan solusi praktis terhadap permasalahan yang dihadapi. Oleh karena itu, metode penelitian *mixed methods* menjadi pilihan yang tepat karena memadukan pendekatan kuantitatif dan kualitatif untuk memperoleh hasil yang holistik dan relevan. Pendekatan pragmatis memberikan fleksibilitas kepada peneliti untuk memanfaatkan berbagai metode yang paling sesuai dengan kebutuhan penelitian, terutama dalam memahami masalah kompleks seperti hoaks pada Pemilu 2024.

Penelitian ini dirancang untuk memberikan kontribusi yang signifikan, khususnya bagi peneliti tahap awal yang ingin memahami desain metode campuran dan memberikan panduan dalam memilih jenis metode campuran yang sesuai serta menunjukkan bagaimana metode tersebut dapat diimplementasikan secara efektif. Berdasarkan analisis beberapa studi penting di bidang ini, penelitian ini tidak hanya menyumbang pada pengembangan teori tetapi juga menawarkan rekomendasi praktis untuk menangani isu penyebaran hoaks secara lebih efektif (Dawadi et al., 2021).

### 3.3 Teknik Pengumpulan Data

Proses pengumpulan data dilakukan melalui metode *scraping* untuk memperoleh data dari *platform* TikTok yang relevan dengan topik penelitian. Kata kunci yang digunakan dalam proses ini adalah #pemilu2024, yang berkaitan

langsung dengan isu Pemilihan Umum 2024. Kata kunci ini diterapkan dengan memanfaatkan algoritma pencarian berbasis operator dan teknik *word embedding* untuk mengekstraksi data secara luas tanpa *filter* tambahan, sehingga memastikan bahwa data yang diperoleh mencakup berbagai opini publik yang beragam. Data yang berhasil dikumpulkan kemudian dipersiapkan untuk tahap pengolahan lebih lanjut.

Proses pengumpulan data dilakukan menggunakan *Python* dengan memanfaatkan pustaka-pustaka pendukung seperti *Selenium*, *BeautifulSoup*, dan *Scrapy*. Pengumpulan data berlangsung selama periode empat bulan, mulai dari Januari hingga Juni 2023. Rentang waktu ini dipilih untuk mendapatkan data yang mencerminkan dinamika opini publik selama tahapan awal kampanye Pemilu 2024 di aplikasi TikTok.

### 3.3.1 Pengolahan Data Awal

Pengolahan data awal dimulai dengan tahap *preprocessing*, yang bertujuan untuk meningkatkan kualitas dan akurasi data. Langkah awal dari *preprocessing* adalah melakukan klasifikasi teks atau analisis pesan konten untuk menyempurnakan data dengan menghilangkan elemen-elemen yang tidak valid dan tidak relevan. Data yang tidak memenuhi kriteria validitas akan dibuang, sehingga hanya data dengan mutu tinggi yang akan digunakan dalam penelitian ini.

Proses *preprocessing* dilakukan dengan memanfaatkan teknik *text mining* menggunakan *Python*, di mana berbagai pustaka seperti *NLTK*, *TextBlob*, dan *Pandas* digunakan untuk mendukung pengolahan data. Beberapa langkah utama dalam proses ini meliputi:

- a. Menyeragamkan format teks menjadi huruf kecil (*lowercase*), sehingga tidak ada perbedaan dalam interpretasi data berdasarkan huruf kapital.
- b. Memfilter elemen-elemen yang tidak relevan, seperti notasi pengguna (@), tanda pagar (#), tanda baca (., ,), serta simbol-simbol lain yang tidak memiliki nilai analisis.



- c. Menghapus kata-kata dengan panjang kurang dari jumlah karakter tertentu, seperti kata-kata pendek yang umumnya tidak memberikan informasi signifikan.
- d. Menghilangkan kata-kata yang termasuk dalam daftar *stop words*, yaitu kata-kata umum seperti "*dan*", "*di*", "*ke*", yang tidak memiliki pengaruh besar pada analisis konten.
- e. Melakukan tokenisasi (*tokenization*), yaitu memecah teks menjadi unit-unit kata untuk mempermudah analisis lebih lanjut.
- f. *Stemming*, yaitu mengembalikan kata ke bentuk dasar untuk menyederhanakan proses pengklasifikasian.

Langkah-langkah ini dirancang untuk memastikan bahwa data yang digunakan dalam analisis adalah data yang relevan, valid, dan representatif. Dengan demikian, hasil penelitian dapat memberikan pemahaman yang lebih akurat tentang pola opini publik terkait hoaks yang tersebar di TikTok menjelang Pemilu 2024.

### **3.3.2 Pre-Processing Data**

Tahapan *pre-processing data* bertujuan untuk mengolah data mentah hasil dari proses *scraping* agar dapat digunakan pada tahapan penelitian selanjutnya. Aktivitas ini mencakup serangkaian langkah yang melibatkan transformasi data menjadi *format* yang lebih terstruktur dan siap untuk analisis. Salah satu subaktivitas utama dalam proses ini adalah penerapan *word embedding*, yang berfungsi untuk merepresentasikan teks dalam bentuk *vektor numerik* yang memungkinkan pemrosesan lanjutan. Tahap ini menjadi sangat penting untuk menjamin kualitas data dan memastikan hasil penelitian lebih akurat.

### **3.3.3 Pemilihan Atribut TikTok**

Pemilihan atribut TikTok dilakukan untuk menyaring dan memisahkan elemen-elemen data yang relevan dan tidak relevan, dengan tujuan untuk mengurangi ukuran dataset dan mempercepat proses pelatihan (*training data*). Proses ini dilakukan menggunakan *kode* program sederhana yang memungkinkan peneliti untuk menyeleksi atribut spesifik yang relevan dengan topik penelitian,

seperti *hashtag* #Pemilu2024. Pemilihan atribut ini juga dirancang untuk memaksimalkan efisiensi analisis data dan fokus pada informasi yang signifikan untuk penelitian terkait konten hoaks di TikTok.

### 3.3.4 *Language Filtering*

Tahapan *language filtering* bertujuan untuk menghilangkan data TikTok yang menggunakan bahasa asing atau bukan bahasa Indonesia. Proses ini dilakukan dengan memanfaatkan pustaka *Python* seperti *Langdetect*, yang mampu mendeteksi dan memfilter bahasa secara otomatis. Penggunaan pustaka ini dilakukan melalui pembuatan kode program sederhana untuk mempermudah proses penyaringan data. Tahapan ini sangat penting untuk memastikan bahwa analisis hanya dilakukan pada data berbahasa Indonesia, mengingat konteks penelitian yang berfokus pada opini publik lokal terkait hoaks Pemilu 2024.

### 3.3.5 Eksperimen dan Hasil Pengujian

Pengujian model dilakukan dengan menggunakan *dataset* ulasan dari pengguna aplikasi TikTok yang tersedia di *Google Play*. Model yang diuji melibatkan proses *pre-processing* dan *Natural Language Processing (NLP)* untuk memahami pola dalam data serta mengklasifikasikan konten berdasarkan sifatnya, baik positif maupun negatif. Eksperimen ini bertujuan untuk mengevaluasi keefektifan pendekatan yang digunakan dalam mengidentifikasi pola penyebaran hoaks di TikTok.

### 3.3.6 Evaluasi dan Hasil Validasi

Tahapan evaluasi melibatkan analisis ulasan pengguna TikTok menggunakan *algoritma Naïve Bayes*. Validasi model dilakukan dengan mengintegrasikan beberapa metode, termasuk *TextBlob* dan *Natural Language Processing*, guna mengukur tingkat keakuratan metode yang diterapkan. Evaluasi ini dirancang untuk memastikan bahwa model yang dikembangkan mampu memberikan hasil yang valid dan sesuai dengan tujuan penelitian.

### 3.3.7 Analisis Data dan Interpretasi Hasil

Tahapan analisis data dimulai dari pemilihan sampel yang berasal dari hasil *scraping* data TikTok. Setelah itu, data diseleksi dengan mengeksplorasi atribut yang tidak relevan untuk dibuang. Proses analisis melibatkan langkah-langkah seperti *cleaning*, *transform case*, *tokenization*, *tagging*, *filtering*, dan *text processing*. Langkah-langkah ini dirancang untuk meningkatkan struktur dan kinerja data yang dianalisis, sehingga memberikan wawasan yang lebih mendalam dan hasil penelitian yang lebih terarah. Dengan demikian, hasil analisis akan memberikan gambaran yang komprehensif terkait persepsi publik mengenai hoaks yang beredar di TikTok menjelang Pemilu 2024.

### 3.4 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan secara daring (*online*) dengan lokasi penelitian yang ditentukan berdasarkan pertimbangan peneliti. Pemilihan lokasi secara daring memberikan fleksibilitas dalam pelaksanaan penelitian, terutama karena lokasi penelitian tidak jauh dari kampus sehingga mempermudah peneliti dalam menjalankan seluruh rangkaian penelitian. Penelitian daring juga memungkinkan peneliti untuk mengakses sumber data secara efisien melalui *platform digital*. Durasi pelaksanaan penelitian direncanakan berlangsung selama 1–6 bulan, tergantung pada kebutuhan peneliti dalam mengumpulkan dan menganalisis data yang relevan dengan penelitian ini.

### 3.5 Teknik Uji Instrumen

Dalam penelitian kualitatif, instrumen utama penelitian adalah peneliti itu sendiri. Hal ini mencakup kemampuan peneliti untuk memastikan *reliabilitas*, validitas, serta pengukuran yang digunakan dalam proses pengumpulan data. Sampel data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kualitatif yang berasal dari pengalaman individu, yang bertujuan untuk memahami sudut pandang konsumen terhadap isu yang diteliti. Data yang digunakan terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh langsung dari lapangan melalui pengumpulan data yang bersifat langsung, sementara data sekunder diperoleh dari penelitian terdahulu dan berbagai literatur terkait.

Dalam hal ini, metode pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel berdasarkan pertimbangan tertentu yang disesuaikan dengan tujuan penelitian. Teknik ini memungkinkan peneliti untuk memilih sampel yang paling relevan dengan penelitian, sehingga hasil yang diperoleh dapat memberikan informasi yang mendalam dan komprehensif. *Purposive sampling* bertujuan untuk mengutamakan kualitas data yang relevan dengan topik penelitian (Bungin, 2022).

### 3.6 Teknik Penyajian Data

(Vindua & Zailani, 2023a) Data primer yang digunakan dalam penelitian ini dikumpulkan dari berbagai platform daring, khususnya media sosial. Data ini kemudian diintegrasikan untuk diolah menjadi sebuah penelitian yang komprehensif (Vindua & Zailani, 2023a). Salah satu sumber data yang digunakan adalah *situs web* <https://turnbackhoax.id/>, yang dikelola oleh Masyarakat Anti Fitnah Indonesia (MAFINDO). Situs ini dipilih karena merupakan salah satu *platform* terpercaya di Indonesia dalam memverifikasi kebenaran informasi hoaks. Turnbackhoaks.id memberikan kemudahan dalam mendapatkan informasi yang relevan melalui fitur pencarian yang tersedia. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan kata kunci “hoaks” untuk mengidentifikasi informasi berkategori *misleading content*.

Selain itu, pengumpulan data dari *platform* TikTok dilakukan menggunakan *library* “Google Play Scraper” dalam Python. *Library* ini memungkinkan peneliti untuk mengakses data aplikasi TikTok melalui *Application Programming Interface (API)* dengan mudah tanpa memerlukan ketergantungan eksternal. Data yang dikumpulkan mencakup ulasan pengguna TikTok dari *Google Play* selama periode tertentu untuk mendapatkan gambaran tentang persepsi pengguna terhadap isu yang dibahas dalam penelitian ini.

Metode dokumentasi juga digunakan dalam penelitian ini untuk melengkapi pengumpulan data. Berdasarkan (Bungin, 2013), metode dokumentasi adalah teknik pengumpulan data yang melibatkan pencarian dokumen historis atau arsip yang relevan dengan penelitian. Peneliti menggunakan dokumen resmi seperti jurnal penelitian, buku, dan artikel ilmiah yang mendukung topik penelitian.

Dokumen-dokumen ini digunakan sebagai referensi untuk memperkuat analisis data serta memastikan validitas penelitian. Kombinasi antara metode pustaka dan dokumentasi memberikan fondasi yang kuat untuk mendukung hasil penelitian ini.

### 3.7 Teknik Analisis Data

Setelah semua data terkumpul, langkah selanjutnya dalam penelitian ini adalah melakukan analisis data secara sistematis untuk mendapatkan kesimpulan yang relevan dengan tujuan penelitian. Analisis data dilakukan melalui dua pendekatan, yaitu kuantitatif dengan menggunakan *algoritma Naïve Bayes* dan kualitatif melalui analisis pesan konten hoaks.

Analisis pesan konten hoaks diawali dengan penerapan teori Manuel Castells. Langkah awal adalah mengidentifikasi sumber penelitian untuk menemukan aktor atau komunikator yang terlibat dalam penyebaran hoaks. Selanjutnya, konten dari pesan hoaks dianalisis untuk menilai bagaimana pesan tersebut disusun, disebar, dan efek yang dihasilkan terhadap audiens atau masyarakat. Pendekatan lain yang digunakan adalah analisis pesan konten berbasis teori dengan algoritma *Naïve Bayes*, yang memperkaya penelitian dengan hasil kuantitatif dan kualitatif yang lebih rinci.

Data penelitian ini bersumber dari instrumen sekunder, seperti jurnal ilmiah, buku, dan media yang relevan dengan isu hoaks Pemilu 2024. Data dikumpulkan menggunakan metode pustaka yang dipadukan dengan teknik dokumentasi dan catat. Metode pustaka melibatkan pengumpulan informasi dari jurnal, buku, laman web, dan media berita *online*. Data yang telah dikumpulkan, seperti konten hoaks yang beredar di TikTok selama periode Januari hingga Juni 2023, disaring untuk memverifikasi fakta sumber data. Kategori data yang dipastikan sebagai hoaks, terutama hoaks berkategori *misleading content*, dianalisis lebih lanjut menggunakan triangulasi teoritis untuk memastikan validitas dan konsistensinya.

#### 3.7.1 Analisis Data Kualitatif

Analisis pesan konten hoaks diinterpretasikan sebagai pendekatan analisis deduktif atau terarah (*directed content analysis*). Metode ini bertujuan untuk

memahami secara menyeluruh dan komprehensif makna dari konten hoaks yang diteliti, dengan fokus pada poin-poin utama yang relevan dengan rumusan masalah, tujuan penelitian, serta kerangka konsep yang telah ditetapkan. Analisis ini juga memungkinkan peneliti untuk mendalami elemen-elemen penting dalam pesan konten hoaks, baik dari sisi struktur narasi maupun dampaknya terhadap audiens (Assarroudi et al., 2018).

Data yang tidak relevan atau tidak signifikan akan dieliminasi untuk memastikan kualitas data. Tahap kedua adalah penyajian data (*data display*), yang dilakukan dalam bentuk narasi singkat, bagan, atau hubungan antar kategori untuk memberikan visualisasi yang jelas dan terstruktur mengenai data yang telah diolah. Tahap ketiga adalah penarikan kesimpulan (*data conclusion*), yaitu kesimpulan awal yang didukung oleh bukti *valid* dan konsisten sehingga kesimpulan yang diperoleh bersifat kredibel dan dapat diandalkan.

Keseluruhan proses ini dirancang untuk memberikan analisis yang detail, mendalam, dan terfokus guna menjawab rumusan masalah penelitian secara komprehensif. Pendekatan ini juga memastikan bahwa hasil penelitian tidak hanya relevan secara akademis, tetapi juga memiliki nilai aplikatif dalam memahami fenomena hoaks pada pemilu 2024. Analisis ini melibatkan tiga tahapan utama yang saling terintegrasi untuk memastikan proses analisis berlangsung sistematis dan menghasilkan temuan yang *valid* serta kredibel.

### **1) Reduksi Data**

Tahapan ini berfungsi untuk menyaring dan merangkum data, dengan cara memilih informasi yang paling relevan, signifikan, dan sesuai dengan tujuan penelitian. Data yang tidak relevan, tidak signifikan, atau berpotensi mengaburkan analisis akan dieliminasi. Proses ini mencakup identifikasi tema utama, pola-pola yang muncul, dan hubungan *antarvariabel* yang signifikan. Reduksi data ini dirancang untuk memastikan bahwa hanya data yang esensial yang digunakan untuk tahap analisis berikutnya. Menurut (Assarroudi et al., 2018) reduksi data juga berfungsi untuk mengidentifikasi elemen kunci dalam pesan hoaks yang berkaitan dengan Pemilu 2024, seperti elemen visual, narasi, dan distribusi informasi.

## 2) Penyajian Data (*Data Display*)

Data yang telah direduksi kemudian disusun dan disajikan dalam bentuk narasi singkat, bagan, tabel, atau visualisasi lain yang relevan. Penyajian data bertujuan untuk memberikan gambaran yang terstruktur, jelas, dan mudah dipahami mengenai temuan-temuan utama dari data yang dianalisis. Tahapan ini juga membantu peneliti dalam mengidentifikasi hubungan antar kategori, pola-pola spesifik dalam narasi hoaks, serta indikator-indikator kunci lainnya. Dalam penelitian ini, data hoaks dari TikTok akan disajikan dalam bentuk narasi teks dan visualisasi grafis, seperti diagram distribusi hoaks berdasarkan kategori konten (*misleading content*, *fabricated content*, dan sebagainya). Penyajian ini juga mencakup analisis pola komentar, sentimen pengguna, dan dampaknya terhadap pembentukan opini publik.

## 3) Penarikan Kesimpulan (*Data Conclusion*)

Tahap akhir dari proses analisis kualitatif adalah penarikan kesimpulan berdasarkan data yang telah disajikan. Kesimpulan yang diambil harus didukung oleh bukti-bukti empiris yang *valid*, konsisten, dan *koheren*. Kesimpulan awal dapat direvisi dan diperkuat melalui proses triangulasi data, baik secara teoritis, metodologis, maupun sumber. Dalam konteks penelitian ini, kesimpulan akan mencakup interpretasi mendalam mengenai cara hoaks terkait Pemilu 2024 disusun, disebarkan, dan dampaknya terhadap *audiens*. Selain itu, kesimpulan juga mencakup implikasi temuan penelitian terhadap strategi mitigasi hoaks, khususnya dalam konteks media sosial seperti TikTok.

Analisis pesan konten hoaks ini dirancang untuk memberikan wawasan yang mendalam mengenai pola distribusi, strategi naratif, dan elemen manipulasi yang digunakan dalam hoaks terkait Pemilu 2024. Dalam konteks ini, hoaks yang beredar di TikTok dianalisis untuk mengidentifikasi faktor-faktor kunci, seperti penggunaan *hashtag #pemilu2024*, pola sentimen dalam komentar, dan teknik manipulasi *visual* atau *tekstual*. Analisis ini tidak hanya memberikan gambaran mengenai dinamika hoaks di media sosial, tetapi juga menawarkan rekomendasi

strategis untuk mengatasi penyebaran informasi yang menyesatkan dalam konteks politik dan demokrasi.

Keseluruhan proses analisis ini dirancang untuk memastikan bahwa penelitian dapat memberikan kontribusi signifikan baik secara akademis maupun praktis. Pendekatan deduktif dan berbasis konsep memungkinkan penelitian untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan penelitian dengan mendalam dan relevan, sekaligus memberikan solusi aplikatif untuk memahami dan menangani fenomena hoaks dalam Pemilu 2024.

### 3.7.2 Analisis Data Kuantitatif

Analisis data kuantitatif dalam penelitian ini dilakukan dengan memanfaatkan teknik pemrograman menggunakan *Python* dan *algoritma Naïve Bayes*. *Algoritma Naïve Bayes* merupakan salah satu metode pengklasifikasian berbasis probabilitas yang bekerja dengan menggunakan *teorema Bayes* untuk menghitung probabilitas *posterior*. Dalam konteks penelitian ini, *algoritma Naïve Bayes* digunakan untuk menganalisis data hoaks yang dikumpulkan dari TikTok, khususnya terkait Pemilu 2024, dengan tujuan mengklasifikasikan data ke dalam kategori tertentu seperti positif, negatif, atau netral.

Adapun langkah-langkah penghitungan dengan *algoritma Naïve Bayes* dapat dijelaskan menggunakan persamaan berikut:

$$P(H|X) = \frac{P(X|H) \cdot P(H)}{P(X)}$$

**$P(H|X)$ :** Probabilitas hipotesis  $HHH$  berdasarkan kondisi  $XXX$ , atau dikenal sebagai *posteriori probabilitas*. Dalam penelitian ini, nilai ini mewakili *probabilitas* data termasuk ke dalam suatu kategori hoaks tertentu.

**$P(H)$ :** Probabilitas awal atau *prior probability* dari hipotesis  $HHH$ . Nilai ini merepresentasikan probabilitas data masuk ke kategori tertentu sebelum mempertimbangkan data yang diamati.

**$P(X|H)$ :** Probabilitas data  $XXX$  diberikan kondisi hipotesis  $HHH$ . Dalam konteks ini, nilai ini dihitung berdasarkan distribusi data pada kategori tertentu.



$P(X)$ : Probabilitas data  $XXX$ , atau *evidence probability*. Nilai ini merepresentasikan keseluruhan probabilitas data tanpa memperhatikan kategori tertentu.

Penelitian ini menggunakan kombinasi perangkat lunak Gephi dan algoritma Naïve Bayes untuk menganalisis pola penyebaran hoaks di TikTok terkait #Pemilu2024. Setiap metode memiliki peran spesifik dalam memberikan wawasan yang mendalam terhadap fenomena yang diteliti.

Gephi digunakan sebagai perangkat lunak utama untuk memvisualisasikan dan menganalisis jaringan teks yang terbentuk dari komentar-komentar TikTok. Dengan Gephi, hubungan antar kata (*ties*) serta peran kata atau frasa tertentu (*node*) dalam struktur jaringan dapat diidentifikasi. Analisis ini mencakup penghitungan metrik jaringan seperti sentralitas, *betweenness*, *closeness*, *diameter*, *cluster*, dan *reciprocitas* untuk memahami pola interaksi dan dominasi wacana dalam jaringan.

Proses analisis dengan Gephi dimulai dengan tahap preprocessing data teks hasil scraping dari platform TikTok. Data diolah menjadi format yang sesuai (CSV atau GML) untuk diimpor ke Gephi. Setelah data diimpor, langkah-langkah berikut dilakukan:

- a. Visualisasi Jaringan Teks: Memetakan hubungan antar *node* berdasarkan pola koneksi dalam data.
- b. Penghitungan Metrik Jaringan: Mengidentifikasi elemen kunci, seperti *node* yang paling berpengaruh dalam penyebaran hoaks.
- c. Identifikasi *Cluster*: Mengelompokkan tema diskusi dominan untuk memetakan topik-topik utama yang muncul dalam komentar TikTok.
- d. Analisis Sentralitas *Node*: Menentukan *node* yang memiliki peran sentral dalam membentuk pola penyebaran informasi atau hoaks.

Hasil analisis dengan Gephi memberikan wawasan mengenai dinamika wacana publik dan bagaimana hoaks menyebar serta menguat di jaringan diskusi TikTok. Selain itu, Gephi memungkinkan identifikasi pola distribusi informasi yang dapat mendukung strategi mitigasi penyebaran hoaks.

Bersamaan dengan analisis jaringan, algoritma Naïve Bayes diimplementasikan menggunakan Python untuk menganalisis data secara otomatis dan efisien. Tahapan analisis menggunakan Naïve Bayes meliputi:

- a. *Persiapan Data*: Mengumpulkan data dari konten TikTok dengan kata kunci *hashtag #Pemilu2024* melalui teknik *scraping* dan mengklasifikasikannya berdasarkan kategori relevansi terhadap hoaks Pemilu.
- b. *Preprocessing Data*: Memproses data mentah untuk menghilangkan elemen tidak relevan seperti tanda baca, emoji, bahasa asing, dan *stopwords* menggunakan pustaka Python seperti NLTK dan Pandas.
- c. *Perhitungan Probabilitas*: Menggunakan Naïve Bayes untuk menghitung probabilitas kategori berdasarkan pola kemunculan kata-kata dalam dataset.
- d. *Evaluasi Model*: Menggunakan metrik seperti *accuracy*, *precision*, dan *recall* untuk memastikan hasil klasifikasi memenuhi standar validitas tinggi.

Naïve Bayes memungkinkan klasifikasi data dalam jumlah besar secara cepat dan akurat, mendeteksi pola hoaks yang berpotensi memengaruhi opini publik menjelang Pemilu 2024. Dengan implementasi Python, proses analisis menjadi lebih sistematis dan terstruktur.

Integrasi antara analisis teks jaringan menggunakan Gephi dan algoritma Naïve Bayes memberikan pendekatan yang komprehensif. Gephi digunakan untuk memahami dinamika jaringan dan pola penyebaran hoaks, sementara Naïve Bayes memungkinkan klasifikasi sentimen dalam volume data yang besar. Kombinasi kedua metode ini memberikan hasil analisis yang mendalam terhadap struktur, isi, dan dampak wacana hoaks pada platform TikTok selama Pemilu 2024.

Dengan pendekatan ini, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoretis dan praktis yang signifikan dalam memahami dan menangani fenomena penyebaran hoaks di *era digital*.

### 3.8. Pengujian Keabsahan Data

Pengujian keabsahan data dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan *confusion matrix* sebagai alat untuk mengevaluasi kinerja model klasifikasi. *Confusion matrix* adalah tabel yang merangkum hasil prediksi klasifikasi berdasarkan kategori benar (*true*) atau salah (*false*) yang diperoleh selama proses klasifikasi. Matriks ini menghasilkan empat komponen utama, yaitu *True Positive (TP)*, *True Negative (TN)*, *False Positive (FP)*, dan *False Negative (FN)*, yang digunakan untuk menghitung metrik evaluasi seperti akurasi dan tingkat kesalahan (*error rate*).

Akurasi dalam konteks ini dihitung untuk mengetahui sejauh mana prediksi yang dilakukan model sesuai dengan hasil aktual. Rumus untuk menghitung akurasi adalah sebagai berikut:

$$\text{Akurasi} = \frac{\text{Jumlah Prediksi Benar}}{\text{Jumlah Total Prediksi}}$$

$$\text{Accuracy} = \frac{TP + TN}{TP + TN + FP + FN}$$

#### Keterangan:

*TP (True Positive)*: Jumlah data yang diklasifikasikan benar sebagai positif.

*TN (True Negative)*: Jumlah data yang diklasifikasikan benar sebagai negatif.

*FP (False Positive)*: Jumlah data yang diklasifikasikan salah sebagai positif.

*FN (False Negative)*: Jumlah data yang diklasifikasikan salah sebagai negatif.

Penggunaan *confusion matrix* memungkinkan evaluasi akurasi model dilakukan secara lebih terukur. Tingkat akurasi yang dihasilkan memiliki interpretasi sebagai berikut:

Akurasi bernilai 0,90 – 1,00: *Excellent Classification* (klasifikasi sangat baik).

Akurasi bernilai 0,80 – 0,90: *Good Classification* (klasifikasi baik).

Akurasi bernilai 0,70 – 0,80: *Fair Classification* (klasifikasi cukup baik).

Akurasi bernilai 0,60 – 0,70: *Poor Classification* (klasifikasi kurang baik).

Dalam penelitian ini, pengujian keabsahan data dilakukan pada *dataset* komentar TikTok yang telah dikumpulkan menggunakan kata kunci #Pemilu2024. Proses analisis melibatkan pengolahan data menggunakan *algoritma Naïve Bayes*

yang menghasilkan prediksi klasifikasi terhadap kategori hoaks, baik positif, negatif, maupun netral. *Confusion matrix* digunakan untuk mengukur sejauh mana prediksi model sesuai dengan label data sebenarnya, sehingga dapat memberikan gambaran akurat mengenai *performa model*.

Setelah nilai akurasi diperoleh, dilakukan analisis lebih lanjut untuk menentukan tingkat keakuratan model. Jika model menghasilkan akurasi pada kategori excellent atau good, maka dapat disimpulkan bahwa metode yang digunakan efektif dalam mengklasifikasikan data hoaks pada penelitian ini. Sebaliknya, jika akurasi berada di bawah kategori *fair*, maka perlu dilakukan optimasi model, seperti memperbaiki *fitur* data atau metode pemrosesan data.

Penggunaan matriks konfusi dalam pengujian keabsahan data ini memberikan validasi penting terhadap hasil klasifikasi hoaks pada TikTok, khususnya yang terkait dengan Pemilu 2024. Evaluasi ini bertujuan untuk memastikan bahwa model yang digunakan tidak hanya memberikan hasil yang akurat, tetapi juga memiliki reliabilitas yang tinggi untuk diaplikasikan dalam penelitian lanjutan dan analisis lebih mendalam.

## BAB IV

### HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 4.1 Hasil Penelitian

##### 4.1.1 Analisis Data dan Pemrosesan Awal

Data *training* yang digunakan pada saat pengujian data diambil dari ulasan pengujian data dilakukan dengan menggunakan komentar dalam *video* #pemilu2024 pada aplikasi. Data yang diambil sebanyak 624 data training, dengan masing masing data untuk positif dan negatif. Kemudian data di lakukan training dataset sehingga didapat *accuracy*. Berikut akan dijelaskan lebih rinci mengenai hasil penelitian yang di peroleh.

Tujuan penelitian ini adalah untuk melakukan klasifikasi komentar terhadap video #Pemilu2024 di aplikasi TikTok. Pada tahapan ini, dilakukan pemahaman terhadap objek penelitian. Penelitian melakukan pemahaman dengan menggali data dan informasi melalui komentar pada aplikasi TikTok. Pada tahap ini peneliti mengambil data komentar dari video yang ada dalam #Pemilu2024 yang ada di TikTok. Pada tahap *business understanding* juga dilakukan pemahaman model pada saat proses pengolahan data dengan pendekatan model pengkategorian terbaik yang akan dilakukan dengan cara analisa kuantitatif *Naïve Bayes* dan kualitatif dengan analisis sentiment dan dihubungkan dengan teori *network society*.

Tahap *data understanding* adalah proses menyiapkan data yang bertujuan untuk mendapatkan data yang bersih dan siap untuk di gunakan sebagai bahan yang akan diteliti agar dapat di lakukan ke tahap setelahnya yaitu *Text Preprocessing*. Tahap ini dilakukan proses pengambilan data mentah sesuai dengan atribut yang dibutuhkan. Data diperoleh dari komentar #pemilu2024 aplikasi TikTok sebanyak 516.

**Tabel 2. Komentar Video #Pemilu2024 TikTok**

Komentar	<i>Polarity</i>
Paling masuk akal pak prabowo sih visioner ke depan dengan memperbaiki bidang ketahanan pangan ketimbang subsidi yg sifatnya kurang menguntungkan	Positif
Gada yg bikin program untuk minimalisir pernikahan hamil dini	Negatif

Komentar	Polarity
Tunjangan kehamilan kayaknya kurang pas ya di indo kalo jepang atau negara yg angka kelahiran rendah mungkin cocok	Positif
Sebagai ibu kantin aku rodo ketar ketir sama visi misi nya Prabowo	Negatif
Kalau diamati yang dinaikan hanya gaji asn bagaimana dengan buruh petani pedagang	Positif
Muhaimin sangat sosialis tp kudu naikin pajak tuh biar gk boncos apbnnya	Negatif
Jangan cuma gaji asn aja pak kami guru honorer jg mohon untuk diperhatikan	Positif

Sumber: Hasil Olah data (Peneliti, 2024)

Pada tabel 2. Menunjukkan beberapa *review* positif dan negatif pengguna aplikasi TikTok dalam video #Pemilu2024. Dataset yang digunakan merupakan data yang di ambil dari *komentar* aplikasi TikTok. Data yang diperoleh berdasarkan komentar yang berbahasa indonesia. Proses selanjutnya dilakukan proses *cleansing* pada data untuk menghilangkan *duplicate data*.

Pada tahap ini merupakan tahap dengan proses penyiapan data yang bertujuan untuk mendapatkan data yang bersih dan siap untuk digunakan dalam penelitian. Data awal yang diperoleh kemudian dilakukan proses *cleansing* untuk menghilangkan *duplicate* kata dan menghilangkan data yang tidak relevan. Setelah itu dari data yang di peroleh kemudian dibuat menjadi dataset dengan atribut dataset berupa *text* dan label. *Text* berisi komentar-komentar pengguna aplikasi TikTok pada #Pemilu2024 dan label berisi kategori dari komentar yang berupa positif dan negative. Berikut merupakan tahapan yang dilakukan dalam *text preprocessing* “ `df= pd.read_excel ( ‘ komentarpemilu2024.xlsx ‘ , header=0) df.head ()` ”.

```
[ ] pip install NLTK Downloader
Show hidden output

[ ] pip install Sastrawi
Show hidden output

[ ] import pandas as pd
import numpy as np
import matplotlib.pyplot as plt
import seaborn as sns
%matplotlib inline
sns.set_style("whitegrid")
#library preprocessing
import re
import string
import nltk
nltk.download('punkt')
from nltk.tokenize import sent_tokenize, word_tokenize
from nltk.corpus import stopwords
nltk.download('stopwords')
from nltk.stem import SnowballStemmer
from nltk.stem import PorterStemmer
from Sastrawi.Stemmer.StemmerFactory import StemmerFactory
#set warning
import warnings
warnings.filterwarnings('ignore')
pd.pandas.set_option('display.max_columns', None)
```

Sumber : Hasil Olah Data (Peneliti, 2024)

**Gambar 3. Library**

*Algoritma Naive Bayes* diatas, dengan tahapan proses dari penerapan Algoritma menggunakan bahasa pemrograman *python*. *Library python* adalah kumpulan modul berisi kumpulan kode yang bisa digunakan berulang kali dalam program yang berbeda, sehingga membuat pemrograman *python* lebih sederhana (Algoritma.2022). Tahapan selanjutnya yaitu *scrapping data* dengan kode “ `df = Pd. DataFrame (Comments , Colums= [ ‘publishedAt ‘ , ‘authorDisplayName’ , ‘textDisplay’ , ‘likeCount ‘ ]) df “`

	user	comment
0	ferdyputra10	kayaknya cuma janji Prabowo yg masih masuk akal
1	Rebahansuka	gaji guru 10-30 jt kok terdengar tidaaak mungkn...
2	shine.coconut	prabowo plg msk akal , poin pertama 🤔🤔🤔
3	blackmarch8	paling masuk akal pak Prabowo sih. visioner ke...
4	mandalovest0eat	gada yg bikin program untuk minimalisir pernik...
...	...	...
429	powterheadd	ganjar lawak mau gaji guru 10-30 juta, coba de...
430	svgnab	Dr semua janji jadi all in pak prabowo, yg pal...
431	pengenhealingaja	untuk slide ke 2, ada beberapa yg mnrt saya ku...
432	Womanarchive	Pak prabowo kalo bisa ada wajib militer pak 🤔
433	1415040908weremine	janji terkait kenaikan gaji ASN/guru rasanya b...
434 rows x 2 columns		

Sumber : Hasil Olah Data (Peneliti, 2024)

**Gambar 4. Sampling Scrapping Data Komentar TikTok #Pemilu2024**

Pada Gambar 4, dilakukan scrapping pada komentar video TikTok dengan #Pemilu2024 untuk mengumpulkan data yang akan diolah. Scrapping data bertujuan untuk mengkonversi data yang terstruktur dalam format web menjadi format yang lebih terstruktur dan mudah digunakan, seperti *spreadsheet* atau *database*. Tahapan selanjutnya adalah *clean text* dengan kode “ `df['clean_text'] = df['textDisplay'].Str . corrected ()` “.

	user	comment	comment_clean
0	ferdyputra10	kayaknya cuma janji Prabowo yg masih masuk diakal	kayaknya cuma janji Prabowo yg masih masuk diakal
1	Rebahansuka	gaji guru 10-30 jt kok terdengar tidaak mungkl...	gaji guru jt kok terdengar tidaak mungklilin
2	shine.coconut	prabowo plg msk akal , poin pertama 🤔🤔🤔	prabowo plg msk akal poin pertama
3	blackmarch8	paling masuk akal pak Prabowo sih. visioner ke...	paling masuk akal pak Prabowo sih visioner ke ...
4	mandalovest0eat	gada yg bikin program untuk minimalisir pernik...	gada yg bikin program untuk minimalisir pernik...
...	...	...	...
429	powerheadd	ganjar lawak mau gaji guru 10-30 juta, coba de...	ganjar lawak mau gaji guru juta coba deh liat...
430	svgnab	Dr semua janji jadi ali in pak prabowo, yg pali...	Dr semua janji jadi ali in pak prabowo yg pali...
431	pengenhealingaja	untuk slide ke 2, ada beberapa yg mnrt saya ku...	untuk slide ke ada beberapa yg mnrt saya kura...
432	Womanarchive	Pak prabowo kalo bisa ada wajib militer pak 🤔	Pak prabowo kalo bisa ada wajib militer pak
433	1415040908weremine	janji terkait kenaikan gaji ASN/guru rasanya b...	janji terkait kenaikan gaji ASN/guru rasanya ba...

434 rows x 3 columns

Sumber : Hasil Olah Data (Peneliti, 2024)

### Gambar 5. *Clean Text*

- Sebelum Tahap *Clean Text* : paling masuk akal pak Prabowo, visioner
- Setelah Tahap *Clean Text* : paling masuk akal pak Prabowo visioner

Pada tahap ini bertujuan untuk menghasilkan 'teks bersih' yang dapat dianalisis mesin tanpa kesalahan dengan menggunakan kode python agar menormalkan teks, menghapus karakter *Unicode*, menghapus kata-kata yang tidak penting dan melakukan stemming dan lemmatisasi (Roldos, 2021). Selanjutnya adalah tahap case folding dengan kode “ `df['clean_text'] = df['textDisplay'].Str . lower ()` “.



```
#Preprocessing Case Folding
tiktok
```

	user	comment	comment_clean
0	ferdyputra10	kayaknya cuma janji Prabowo yg masih masuk diakal	kayaknya cuma janji prabowo yg masih masuk diakal
1	Rebahansuka	gaji guru 10-30 jt kok terdengar tidaak mungki...	gaji guru jt kok terdengar tidaaak mungkilin
2	shine.coconut	prabowo plg msk akal , poin pertama 🤔🤔🤔	prabowo plg msk akal poin pertama
3	blackmarch8	paling masuk akal pak Prabowo sih. visioner ke...	paling masuk akal pak prabowo sih visioner ke ...
4	mandalovest0eat	gada yg bikin program untuk minimalisir pemik...	gada yg bikin program untuk minimalisir pemik...
...	...	...	...
429	powterheadd	ganjar lawak mau gaji guru 10-30 juta, coba de...	ganjar lawak mau gaji guru juta coba deh liat...
430	svgnab	Dr semua janji jadi all in pak prabowo, yg pal...	dr semua janji jadi all in pak prabowo yg pali...
431	pengerhealingaja	untuk slide ke 2, ada beberapa yg mnrt saya ku...	untuk slide ke ada beberapa yg mnrt saya kura...
432	Womanarchive	Pak prabowo kalo bisa ada wajib militer pak 🤔	pak prabowo kalo bisa ada wajib militer pak
433	1415040908weremine	janji terkait kenaikan gaji ASN/guru rasanya b...	janji terkait kenaikan gaji asnguru rasanya ba...

434 rows x 3 columns

Sumber : Hasil Olah Data (Peneliti, 2024)

### Gambar 6. Case Folding

- Sebelum Tahap *Case Folding* : paling masuk akal pak Prabowo visioner
- Setelah Tahap *Case Folding* : paling masuk akal pak prabowo visioner

Pada tahapan *case folding* bertujuan untuk mengubah semua huruf dalam dokumen menjadi huruf kecil. Hanya huruf ‘a’ sampai ‘z’ yang diterima. Karakter selain huruf dihilangkan dan dianggap *delimiter* dengan mengubah text menjadi lowercase, menghapus angka dan menghapus emoticon (Nugroho, 2019). Selanjutnya melakukan pemisahan kata dengan kode “ # tokenize import nltk nltk.download( ‘punkt ‘ ) from nltk.tokenize import word\_tokenize def word\_tokenize\_wrapper (cleaning) : return word\_tokenize (cleaning) df[ ‘tokenize’ ] = df[ ‘celaning’ ]. Apply (word\_tokenize\_wrapper) df ”

```
#Preprocessing Tokenize dengan NLTK
tiktok
```

	user	comment	comment_clean	comment_preprocessed
0	ferdyputra10	kayaknya cuma janji Prabowo yg masih masuk diakal	kayaknya cuma janji prabowo yg masih masuk diakal	[kayaknya, cuma, janji, prabowo, yg, masih, ma...
1	Rebahansuka	gaji guru 10-30 jt kok terdengar tidaak mungki...	gaji guru jt kok terdengar tidaaak mungkilin	[gaji, guru, jt, kok, terdengar, tidaaak, mung...
2	shine.coconut	prabowo plg msk akal , poin pertama 🤔🤔🤔	prabowo plg msk akal poin pertama	[prabowo, plg, msk, akal, poin, pertama]
3	blackmarch8	paling masuk akal pak Prabowo sih. visioner ke...	paling masuk akal pak prabowo sih visioner ke ...	[paling, masuk, akal, pak, prabowo, sih, visio...
4	mandalovest0eat	gada yg bikin program untuk minimalisir pemik...	gada yg bikin program untuk minimalisir pemik...	[gada, yg, bikin, program, untuk, minimalisir,...
...	...	...	...	...
429	powterheadd	ganjar lawak mau gaji guru 10-30 juta, coba de...	ganjar lawak mau gaji guru juta coba deh liat...	[ganjar, lawak, mau, gaji, guru, juta, coba, d...
430	svgnab	Dr semua janji jadi all in pak prabowo, yg pal...	dr semua janji jadi all in pak prabowo yg pali...	[dr, semua, janji, jadi, all, in, pak, prabowo...
431	pengerhealingaja	untuk slide ke 2, ada beberapa yg mnrt saya ku...	untuk slide ke ada beberapa yg mnrt saya kura...	[untuk, slide, ke, ada, beberapa, yg, mnrt, sa...

Sumber : Hasil Olah Data (Peneliti, 2024)

### Gambar 7. Tokenizing NLTK

Charisma Dina Wulandari, 2025

ANALISIS PESAN KONTEN HOAKS #PEMILU2024 PADA MEDIA SOSIAL TIKTOK

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik, Magister Ilmu Komunikasi

[www.upnvj.ac.id-www.library.upnvj.ac.id-www.repository.upnvj.ac.id]

- Sebelum Tahap Tokenizing NLTK: paling masuk akal pak prabowo visioner
- Setelah Tahap Tokenizing NLTK: [paling, masuk, akal, pak, prabowo, visioner]

Tokenizing adalah proses pemisahan teks menjadi potongan-potongan yang disebut sebagai token untuk kemudian di analisa (Nugroho, 2019). Selanjutnya masuk pada tahap *stopword removal* dengan kode “ `add=pd.DataFrame(df[‘clean_se ‘]) df[‘add_swr’} = ad.replace(to_replace = [‘paling’, ‘masuk’, ‘akal’, ‘pak’, ‘prabowo’, ‘visioner’], = “ “, regex = True) df[‘add_swr’] “` .

	user	comment	comment_clean	comment_preprocessed
0	ferdyputra10	kayaknya cuma janji Prabowo yg masih masuk diakal	kayaknya cuma janji prabowo yg masih masuk diakal	[kayaknya, janji, prabowo, yg, masuk, diakal]
1	Rebahansuka	gaji guru 10-30 jt kok terdengar tidaak mungk...	gaji guru jt kok terdengar tidaak mungkiilin	[gaji, guru, jt, terdengar, tidaak, mungkiilin]
2	shine.coconut	prabowo plg msk akal , poin pertama 🤔🤔🤔	prabowo plg msk akal poin pertama	[prabowo, plg, msk, akal, poin]
3	blackmarch8	paling masuk akal pak Prabowo sih. visioner ke...	paling masuk akal pak prabowo sih visioner ke ...	[masuk, akal, prabowo, sih, visioner, memperba...]
4	mandalovest0eat	gada yg bikin program untuk minimalisir pemik...	gada yg bikin program untuk minimalisir pemik...	[gada, yg, bikin, program, minimalisir, pemik...]
...	...	...	...	...
429	powterheadd	ganjar lawak mau gaji guru 10-30 juta, coba de...	ganjar lawak mau gaji guru juta coba deh liat...	[ganjar, lawak, gaji, guru, juta, coba, deh, l...]
430	svgnab	Dr semua janji jadi all in pak prabowo, yg pal...	dr semua janji jadi all in pak prabowo yg pall...	[dr, janji, all, in, prabowo, yg, mungkin, real...]
431	penghealingaja	untuk slide ke 2, ada beberapa yg mnrt saya ku...	untuk slide ke ada beberapa yg mnrt saya kura...	[slide, yg, mnrt, beliau, guru, konoha, negara]
432	Womanarchive	Pak prabowo kalo bisa ada wajib militer pak 🇮🇩	pak prabowo kalo bisa ada wajib militer pak	[prabowo, kalo, wajib, militer]

Sumber : Hasil Olah Data (Peneliti, 2024)

**Gambar 8. Filtering (Stopword Removal)**

- Sebelum Tahap Stopword Removal : [paling, masuk, akal, pak, prabowo, visioner]
- Setelah Tahap Stopword Removal: [masuk, akal, pak, prabowo, visioner]

Gambar diatas adalah tahapan pada hasil filtering (*Stopword Removal*). Stopword adalah kata umum yang biasanya muncul dalam jumlah besar dan dianggap tidak memiliki makna. Contoh stopwords dalam bahasa Indonesia adalah “yang”, “dan”, “di”, “dari”, dll (Nugroho, 2019). Makna di balik penggunaan stopwords yaitu dengan menghapus kata-kata yang memiliki informasi rendah dari sebuah teks, kita dapat pada kata-kata penting sebagai gantinya. Selanjutnya adalah tahapan stemming dengan kode “ `df[‘steming’] = df[‘stopword_removal’]. Apply(lambda x: [stemmer.stem(y) for y in x]) df “` .

#Preprocessing Snowball stemming dengan Algoritma PorterStemmer  
tiktok

	user	comment	comment_clean	comment_preprocessed
0	ferdyputra10	kayaknya cuma janji Prabowo yg masih masuk diakal	kayaknya cuma janji prabowo yg masih masuk diakal	[kayak, janji, prabowo, yg, masuk, akal]
1	Rebahansuka	gaji guru 10-30 jt kok terdengar tidaak mungkiin	gaji guru jt kok terdengar tidaak mungkiin	[gaji, guru, jt, dengar, tidaak, mungkiin]
2	shine.coconut	prabowo plg msk akal , poin pertama 🤔🤔🤔	prabowo plg msk akal poin pertama	[prabowo, plg, msk, akal, poin]
3	blackmarch8	paling masuk akal pak Prabowo sih. visioner ke...	paling masuk akal pak prabowo sih visioner ke ...	[masuk, akal, prabowo, sih, visioner, baik, bl...]
4	mandalovest0eat	gada yg bikin program untuk minimalisir pemik...	gada yg bikin program untuk minimalisir pemik...	[gada, yg, bikin, program, minimalisir, nikah,...]
...	...	...	...	...
429	powerheadd	ganjar lawak mau gaji guru 10-30 juta, coba de...	ganjar lawak mau gaji guru juta coba deh liat...	[ganjar, lawak, gaji, guru, juta, coba, deh, l...]
430	svgnab	Dr semua janji jadi all in pak prabowo, yg pal...	dr semua janji jadi all in pak prabowo yg pall...	[dr, janji, all, in, prabowo, yg, mungkin, real...]
431	penghealingaja	untuk slide ke 2, ada beberapa yg mnrt saya ku...	untuk slide ke ada beberapa yg mnrt saya kura...	[slide, yg, mnrt, beliau, guru, konoha, negara]
432	Womanarchiv	Pak prabowo kalo bisa ada wajib militer pak 🇮🇩	pak prabowo kalo bisa ada wajib militer pak	[prabowo, kalo, wajib, militer]

Sumber : Hasil Olah Data (Peneliti, 2024)

**Gambar 9. Stemming**

- a. Sebelum Tahap *Stemming* : pak Prabowo kalo bisa ada wajib militer pak
- b. Setelah Tahap *Stemming* : [prabowo, kalo, wajib, militer]

Stemming dilakukan dengan cara menghilangkan imbuhan yang terdapat pada kata menjadi kata dasar saja. Selanjutnya masuk pada tahap polarisasi komentar

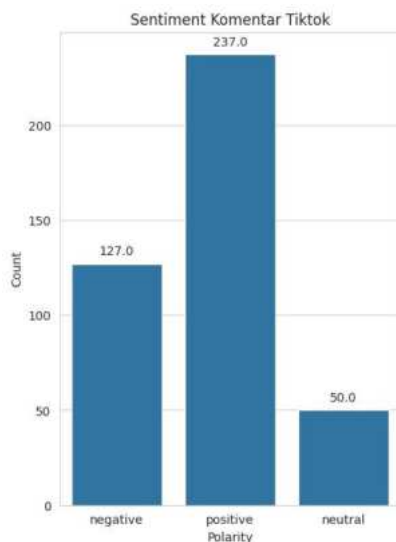
	user	comment	comment_clean	comment_preprocessed	polarity_score	polarity
0	ferdyputra10	kayaknya cuma janji Prabowo yg masih masuk diakal	kayaknya cuma janji prabowo yg masih masuk diakal	[kayak, janji, prabowo, yg, masuk, akal]	-6	negative
1	Rebahansuka	gaji guru 10-30 jt kok terdengar tidaak mungkiin	gaji guru jt kok terdengar tidaak mungkiin	[gaji, guru, jt, dengar, tidaak, mungkiin]	5	positive
2	shine.coconut	prabowo plg msk akal , poin pertama 🤔🤔🤔	prabowo plg msk akal poin pertama	[prabowo, plg, msk, akal, poin]	2	positive
3	blackmarch8	paling masuk akal pak Prabowo sih. visioner ke...	paling masuk akal pak prabowo sih visioner ke ...	[masuk, akal, prabowo, sih, visioner, baik, bl...]	4	positive
4	mandalovest0eat	gada yg bikin program untuk minimalisir pemik...	gada yg bikin program untuk minimalisir pemik...	[gada, yg, bikin, program, minimalisir, nikah,...]	-3	negative
...	...	...	...	...	...	...
429	powerheadd	ganjar lawak mau gaji guru 10-30 juta, coba de...	ganjar lawak mau gaji guru juta coba deh liat...	[ganjar, lawak, gaji, guru, juta, coba, deh, l...]	14	positive
430	svgnab	Dr semua janji jadi all in pak prabowo, yg pal...	dr semua janji jadi all in pak prabowo yg pall...	[dr, janji, all, in, prabowo, yg, mungkin, real...]	-8	negative
431	penghealingaja	untuk slide ke 2, ada beberapa yg mnrt saya ku...	untuk slide ke ada beberapa yg mnrt saya kura...	[slide, yg, mnrt, beliau, guru, konoha, negara]	3	positive

Sumber : Hasil Olah Data (Peneliti, 2024)

**Gambar 10. Polarisasi Komentar**

- a. Komentar dari shine.coconut : [prabowo, plg, msk, akal, poin] = positif
- b. Komentar mandalovestceat : [gada, yg, bikin, program, minimalisir, nikah] = negative

Polariansi komentar adalah mengumpulkan data komentar untuk diidentifikasi apakah *positive*, *negative* dan *neutral*.



Sumber : Hasil Olah Data (Peneliti, 2024)

**Gambar 11. Sentimen Komentar TikTok**

Pada *sentiment* komentar TikTok setelah data masuk pada *cleaning text* berjumlah 414 data komentar dan melalui *preprocessing* dihasilkan 127 komentar *negative*, 237 komentar positif dan 50 komentar netral.

```

Classification Report:
              precision    recall  f1-score   support

   negative         0.58         0.68         0.62         22
    neutral         0.50         0.20         0.29         10
   positive         0.85         0.88         0.87         51

 accuracy                   0.75         83
 macro avg         0.64         0.59         0.59         83
 weighted avg         0.73         0.75         0.73         83

```

Sumber : Hasil Olah Data (Peneliti, 2024)

**Gambar 12. Hasil Classification Report**

Skor F1 rata-rata makro (atau skor F1 makro) dihitung menggunakan rata-rata aritmatika (alias rata-rata tidak tertimbang) dari semua skor F1 per kelas. Metode ini memperlakukan semua kelas (*negative*, *positive*, *neutral*) secara setara

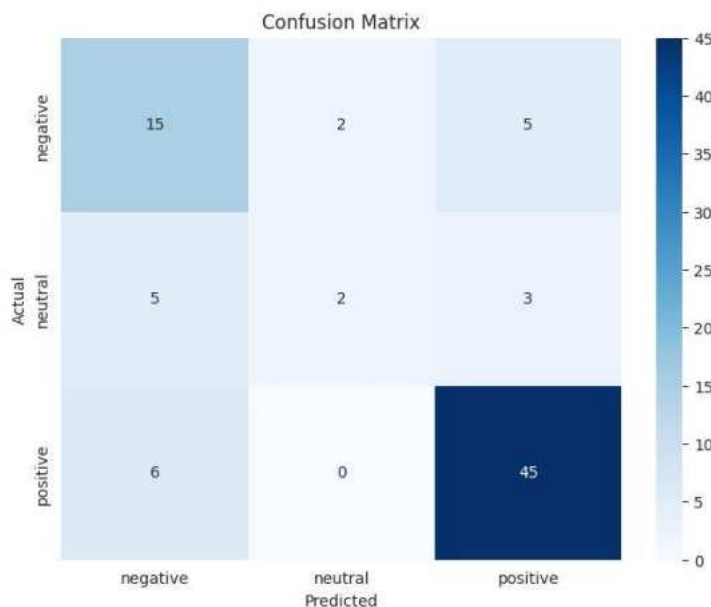
Charisma Dina Wulandari, 2025

ANALISIS PESAN KONTEN HOAKS #PEMILU2024 PADA MEDIA SOSIAL TIKTOK

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik, Magister Ilmu Komunikasi

[www.upnvj.ac.id-www.library.upnvj.ac.id-www.repository.upnvj.ac.id]

tanpa mempedulikan nilai *support*. Jadi nilai makro rata-rata pada penelitian ini yaitu 0,59. Untuk nilai *weighted* pada penelitian ini berjumlah 0,73.



Sumber : Hasil Olah Data (Peneliti, 2024)

**Gambar 13. Confussion Matrix**

Pada hasil *Confusion Matrix* pada setiap skema dengan *metode Naïve Bayes*. Sebanyak 15 data diprediksi secara benar sebagai data negatif (*True Negative*). Sebanyak 45 data diprediksi secara benar sebagai data positif (*True Positive*). Sebanyak 6 data diprediksi secara salah sebagai data positif, seharusnya data tersebut adalah data negatif (*False Positive*). Sebanyak 7 data diprediksi secara salah sebagai data negatif, seharusnya data tersebut adalah data positif (*False Negative*).

15 = *True Negative* (TN)

45 = *True positive* (TP)

5 = *False Positive* (FP)

7 = *False Negative* (FN)

a. Akurasi (*accuracy*)

$$\frac{45 + 15}{45 + 15 + 7 + 6} \times 100\% = 90.58\%$$

Akurasi mengacu pada sejauh mana model dapat mengklasifikasikan dengan benar sentimen atau perasaan yang terkandung dalam teks atau data. Sentimen analisis bertujuan untuk menentukan apakah suatu teks atau dokumen bersifat positif atau negatif. Akurasi dalam sentimen analisis diukur dengan membandingkan jumlah prediksi yang benar (positif atau negatif) dengan total jumlah prediksi yang dilakukan oleh model. Akurasi pada penelitian ini sebesar 90.58% berarti bahwa model yang digunakan berhasil mengklasifikasikan sentimen dengan benar sebanyak 90.58% dari total prediksinya.

b. Presisi (*precision*)

$$\frac{45}{45+6} \times 100\% = 88.23\%$$

Presisi (*precision*) adalah metrik evaluasi yang mengukur sejauh mana prediksi positif yang dibuat oleh model benar-benar relevan dan relevansi tersebut memiliki tingkat ketepatan yang tinggi. Presisi memberikan gambaran tentang berapa persen dari semua prediksi positif yang benar-benar positif. Presisi memberikan informasi tentang seberapa andal model dalam mengidentifikasi sentimen positif. Tingkat presisi yang tinggi menunjukkan bahwa model cenderung memberikan prediksi positif yang benar-benar positif. Presisi sebesar 88.23% pada analisis sentimen klasifikasi dengan Naive Bayes berarti bahwa dari semua prediksi sentimen positif yang dibuat oleh model, sebanyak 88.23% di antaranya adalah benar-benar relevan dan tepat. Presisi dihitung dengan membagi jumlah True Positive (TP), yaitu kasus di mana model dengan benar memprediksi sentimen positif, dengan total dari True Positive dan False Positive (FP), yaitu kasus di mana model memprediksi sentimen positif tetapi sebenarnya sentimennya negatif.

c. Recall

$$\frac{45}{45+7} \times 100\% = 86.53\%$$

*Recall* adalah metrik evaluasi yang mengukur sejauh mana model dapat mengenali dan menangkap semua kasus positif yang sebenarnya. Recall sebesar 86.53% dalam analisis sentimen berarti bahwa model berhasil mengidentifikasi dengan sangat baik sebagian besar kasus sentimen positif yang sebenarnya ada dalam dataset. Dengan persentase recall sebesar ini, model dapat "mengingat" dan mengklasifikasikan sebanyak 86.53% dari keseluruhan kasus sentimen positif yang sebenarnya ada. Recall yang tinggi seperti ini menunjukkan bahwa model memiliki kemampuan yang baik untuk mengenali dan mendeteksi sebagian besar sentimen positif, yang dapat menjadi indikasi kinerja yang bagus dalam mengatasi kasus positif.

d. *F1-score*

F1-Score

88.23 = Nilai recall

86.53 = Precision

$$\frac{2 \times 88,23 \times 86,53}{88,23 + 86,53} = 87,37\%$$

*F1 Score* memiliki rentang nilai antara 0 hingga 1, di mana nilai 1 menunjukkan kinerja yang sempurna dan nilai 0 menunjukkan kinerja yang sangat buruk. Semakin tinggi nilai *F1 Score*, semakin baik model dalam menjaga keseimbangan antara presisi (*precision*) dan recall. Dalam penelitian ini, model analisis sentimen yang digunakan memiliki *F1 Score* sebesar 87,37%. Nilai ini menunjukkan bahwa model memiliki kinerja yang baik dalam menggabungkan *presisi dan recall*, sehingga termasuk dalam kategori "*good classification*" berdasarkan tingkat akurasi (Akurasi bernilai 0,80–0,90 = *good classification*).

*F1 Score* merupakan metrik yang sangat berguna karena mampu menyeimbangkan antara presisi dan *recall*. Presisi mengukur sejauh mana prediksi positif yang diberikan oleh model adalah benar, sedangkan recall mengukur sejauh mana model mampu mendeteksi semua data yang benar-benar positif. Dengan nilai sebesar 87,37%, dapat disimpulkan bahwa model ini tidak hanya mampu memberikan prediksi yang relevan,

tetapi juga secara konsisten mendeteksi sentimen positif dan negatif dalam data komentar yang dianalisis. Hal ini menunjukkan tingkat keandalan model dalam memproses dan mengategorikan data sentimen yang ada.

```
# Contoh komentar TikTok yang ingin diprediksi sentimennya
new_comments = [
    "Pak prabowo bgs bgt program nya",
    "Ganjar gak masuk akal"
]

# Menampilkan hasil prediksi
for comment, prediction in zip(new_comments, new_comments_predictions):
    print(f"Komentar: {comment}")
    print(f"Prediksi Sentimen: {prediction}\n")
```

```
Komentar: Pak prabowo bgs bgt program nya
Prediksi Sentimen: positive

Komentar: Ganjar gak masuk akal
Prediksi Sentimen: negative
```

Sumber : Hasil Olah Data (Peneliti, 2024)

#### Gambar 14. Contoh Prediksi Naïve Bayes

Prediksi yang dilakukan dengan menggunakan algoritma Naïve Bayes dalam penelitian ini menunjukkan tingkat akurasi yang tinggi dalam memilah dan mengategorikan sentimen dari data komentar pada platform media sosial TikTok. Algoritma ini mampu membedakan antara komentar positif dan negatif dengan akurat berdasarkan pola-pola linguistik yang terkandung dalam teks.

Sebagai contoh, komentar *"Pak Prabowo bgs bgt program nya"* diprediksi memiliki sentimen positif. Model berhasil mengidentifikasi kata-kata kunci seperti *"bgs"* (*bagus*) dan *"program"* yang memberikan persepsi positif terhadap subjek (Pak Prabowo). Di sisi lain, komentar *"Ganjar gak masuk akal"* diprediksi memiliki sentimen negatif. Model mengenali frasa *"gak masuk akal"* yang menunjukkan kritik atau ketidaksetujuan terhadap subjek (Ganjar). Kemampuan algoritma Naïve Bayes dalam memilah sentimen ini didukung oleh proses pengolahan data sebelumnya, seperti *preprocessing*, *tokenization*, dan *stemming*.



Proses ini memastikan bahwa data yang digunakan adalah data bersih dan relevan untuk analisis. Model ini juga didukung oleh penghitungan probabilitas berdasarkan distribusi kata-kata dalam data pelatihan, sehingga memberikan hasil prediksi yang konsisten.

Dengan keakuratan yang dicapai, model ini dapat menjadi alat yang andal untuk memahami persepsi publik selama Pemilu 2024. Prediksi ini memberikan wawasan penting bagi peneliti untuk mengevaluasi bagaimana opini publik terbentuk dan berkembang di media sosial, serta mengidentifikasi pola penyebaran informasi, termasuk hoaks, di masa kontestasi politik.

#### **4.1.2 Analisis Pola Penyebaran Konten Hoaks #Pemilu2024 di TikTok**

Analisis jaringan komunikasi merupakan pendekatan yang penting dalam mengungkap pola interaksi dan penyebaran informasi di dalam suatu kelompok atau komunitas. Dalam penelitian ini, analisis jaringan diterapkan untuk memahami hubungan antar elemen yang terdapat pada komentar TikTok dengan *hashtag* #Pemilu2024, yang merepresentasikan berbagai pendapat, emosi, dan tema yang mencerminkan dinamika diskusi publik terkait isu pemilu.

Untuk memvisualisasikan hubungan antar elemen dalam jaringan komunikasi, gambar berikut menyajikan struktur jaringan yang terbentuk dari komentar-komentar TikTok dengan *hashtag* #Pemilu2024. Visualisasi ini menunjukkan bagaimana kata-kata kunci dan tema utama terhubung satu sama lain, membentuk pola komunikasi yang mencerminkan dinamika percakapan publik terkait isu pemilu.



Selain itu, *reciprocitas* memberikan wawasan tentang hubungan timbal balik antara elemen-elemen dalam jaringan, yang relevan dalam memahami dinamika pertukaran informasi. Analisis cluster memungkinkan identifikasi pengelompokan tema-tema diskusi berdasarkan keterkaitan elemen-elemen yang membentuk jaringan. *Node* dan *ties* menjadi elemen dasar dalam analisis jaringan, di mana *node* merepresentasikan unit individu seperti kata kunci atau topik, sementara *ties* menggambarkan hubungan antar unit tersebut. Dengan memahami elemen-elemen ini, analisis jaringan dapat memberikan gambaran yang komprehensif tentang dinamika komunikasi dan tema dominan yang berkembang dalam konteks *video* TikTok dengan tagar #Pemilu2024.

**Sentralitas** dalam analisis jaringan komunikasi adalah salah satu metrik yang digunakan untuk mengidentifikasi elemen-elemen yang memiliki pengaruh besar dalam jaringan. Elemen dengan nilai sentralitas tinggi dianggap sebagai pusat jaringan karena perannya dalam menghubungkan berbagai elemen lain atau menjadi titik utama penyebaran informasi. Dalam konteks penelitian ini, sentralitas dianalisis untuk menentukan kata-kata kunci yang mendominasi percakapan di kolom komentar TikTok dengan *hashtag* #Pemilu2024.

Berdasarkan visualisasi jaringan, kata-kata seperti "*Prabowo*," "*gaji*," dan "*dana desa*" memiliki tingkat sentralitas tinggi, yang menunjukkan peran penting kata-kata ini dalam diskusi publik. Sentralitas tinggi pada *node* "*Prabowo*" mencerminkan bahwa topik yang berkaitan dengan kandidat ini sering muncul dalam percakapan dan menjadi penghubung antara tema lain, seperti "*gaji*" dan "*subsidi*." *Node-node* ini tidak hanya sering disebutkan, tetapi juga berfungsi sebagai penghubung antar *cluster* yang berbeda, sehingga memungkinkan informasi menyebar lebih luas dalam jaringan. *Node-node* ini tidak hanya sering muncul, tetapi juga terhubung dengan banyak elemen lain, sehingga menjadi pusat perhatian dalam percakapan. Tingginya nilai sentralitas dari *node-node* ini menunjukkan bahwa topik-topik terkait dengan kata tersebut memiliki relevansi tinggi dalam diskusi publik.

*Node* "*Prabowo*" menjadi elemen dengan sentralitas tertinggi dalam jaringan komunikasi yang dianalisis dari komentar TikTok dengan *hashtag* #Pemilu2024. Tingginya nilai sentralitas ini mencerminkan dominasi nama

kandidat dalam percakapan publik yang muncul, baik yang mendukung maupun mengkritik kebijakan atau langkah politik yang diusungnya. Hubungan erat dengan berbagai elemen lain seperti "*visi*," "*gaji*," dan "*subsidi*" menunjukkan bahwa diskusi terkait Prabowo mencakup beragam topik, mulai dari kebijakan ekonomi hingga program-program sosial. Hubungan ini memperlihatkan bahwa Prabowo tidak hanya menjadi fokus pembahasan, tetapi juga berfungsi sebagai titik sentral yang menghubungkan berbagai tema dalam percakapan publik.

Diskusi tentang "*visi*" yang terhubung dengan *node* "*Prabowo*" mencerminkan perhatian masyarakat terhadap rencana dan pandangan politik kandidat ini dalam Pemilu 2024. Publik menggunakan komentar di TikTok untuk mengapresiasi maupun mempertanyakan visi politik yang ditawarkan, yang meliputi berbagai isu strategis seperti pembangunan nasional dan kesejahteraan sosial. Hubungan dengan elemen "*gaji*" menunjukkan bahwa isu ekonomi menjadi perhatian utama dalam percakapan terkait Prabowo, khususnya dalam konteks kesejahteraan kelompok seperti ASN, buruh, dan tenaga honorer. Diskusi ini sering kali mengaitkan Prabowo dengan kebijakan peningkatan kesejahteraan yang dinilai relevan untuk menjawab kebutuhan masyarakat. Sementara itu, koneksi dengan elemen "*subsidi*" mengindikasikan bahwa perhatian publik juga terarah pada kebijakan sosial yang diusung, seperti subsidi bagi kelompok rentan, yang menjadi salah satu isu penting dalam wacana Pemilu 2024.

*Node* "*Prabowo*" juga memainkan peran strategis dalam jaringan komunikasi dengan menjadi penghubung antara berbagai tema yang berbeda. Sebagai contoh, diskusi tentang kebijakan "*subsidi*" dapat dikaitkan dengan isu "*gaji*" melalui *node* ini, menciptakan jalur komunikasi yang efisien. Kemampuan *node* "*Prabowo*" untuk mengintegrasikan berbagai tema ini menunjukkan bahwa percakapan publik terkait Pemilu 2024 tidak bersifat terisolasi, tetapi saling berhubungan dalam membentuk wacana yang lebih luas. Efisiensi aliran informasi yang tercipta melalui posisi sentral ini memberikan peluang bagi opini publik untuk berkembang, baik melalui dukungan terhadap program-program Prabowo maupun melalui kritik terhadap kebijakan yang dianggap kontroversial.

Dalam konteks hoaks Pemilu 2024, sentralitas *node* "*Prabowo*" juga memiliki implikasi yang signifikan. Banyaknya hubungan yang terhubung dengan

*node* ini memungkinkan penyebaran informasi, termasuk hoaks, berlangsung dengan cepat dan mencapai berbagai elemen dalam jaringan. Sebagai contoh, isu-isu yang dikaitkan dengan nama Prabowo, seperti "*subsidi*" dan "*gaji*," dapat digunakan sebagai bahan untuk mendukung klaim palsu atau menyebarkan narasi yang menyesatkan. Hoaks semacam ini sering kali memanfaatkan popularitas dan sentralitas kandidat untuk menarik perhatian lebih banyak orang, menciptakan polarisasi opini yang lebih tajam di kalangan masyarakat. Dengan menjadi pusat dari banyak koneksi, *node "Prabowo"* tidak hanya menjadi wadah diskusi yang relevan, tetapi juga berpotensi menjadi saluran utama bagi penyebaran hoaks yang memengaruhi persepsi publik terhadap Pemilu 2024.

Dominasi *node "Prabowo"* dalam jaringan komunikasi ini memberikan gambaran tentang bagaimana isu-isu terkait kandidat tertentu dapat memengaruhi struktur dan dinamika diskusi publik. Dalam konteks Pemilu 2024, nama Prabowo tidak hanya menjadi simbol politik, tetapi juga menjadi medium yang menghubungkan berbagai topik penting yang menjadi perhatian masyarakat. Hal ini menunjukkan bahwa sentralitas *node* ini tidak hanya mencerminkan pengaruh kandidat dalam percakapan, tetapi juga menunjukkan bagaimana persepsi publik terhadap Pemilu 2024 dibentuk melalui interaksi berbagai tema yang saling terkait, termasuk di antaranya wacana yang dipengaruhi oleh hoaks.

*Node "gaji"* memiliki tingkat sentralitas yang signifikan dalam jaringan komunikasi yang dianalisis, mencerminkan pentingnya isu ini sebagai salah satu topik utama dalam diskusi publik terkait Pemilu 2024. Sentralitas tinggi menunjukkan bahwa isu mengenai kesejahteraan ekonomi, yang diwujudkan dalam pembahasan tentang "*gaji*," menjadi perhatian utama masyarakat. *Node* ini terhubung dengan berbagai elemen lain seperti "*Aparatur Sipil Negara (ASN)*," "*buruh*," dan "*honorier*," yang menunjukkan bahwa diskusi tentang gaji mencakup berbagai kelompok masyarakat dengan latar belakang dan kepentingan yang berbeda. Elemen-elemen ini mencerminkan bahwa publik tidak hanya memperhatikan isu gaji dari satu sudut pandang, tetapi juga mengaitkannya dengan berbagai kelompok pekerja yang menjadi bagian penting dalam struktur ekonomi dan politik nasional.

Hubungan *node "gaji"* dengan elemen-elemen seperti "ASN" menyoroti diskusi tentang kebijakan kenaikan gaji untuk pegawai pemerintah, yang sering kali dianggap sebagai langkah strategis dalam menarik perhatian pemilih di kalangan birokrasi. Sebaliknya, koneksi dengan elemen seperti "*buruh*" dan "*honororer*" mengindikasikan adanya diskusi yang lebih luas mengenai kesenjangan kesejahteraan antara kelompok pekerja formal dan informal. Isu ini tidak hanya menjadi bahan diskusi tetapi juga menjadi titik kritik terhadap kebijakan yang dianggap kurang adil atau tidak inklusif bagi kelompok masyarakat tertentu. Dalam konteks Pemilu 2024, diskusi ini menunjukkan bagaimana isu kesejahteraan ekonomi menjadi alat untuk memobilisasi dukungan politik, sekaligus menjadi bahan evaluasi terhadap kandidat dan program mereka.

Selain itu, koneksi *node "gaji"* dengan *node-node* lain dalam jaringan menunjukkan bahwa isu ini tidak hanya merangkul berbagai perspektif, tetapi juga menciptakan ruang untuk debat dan polarisasi. Beberapa komentar menunjukkan dukungan terhadap kebijakan tertentu, seperti janji kenaikan gaji ASN, yang dianggap sebagai langkah positif untuk meningkatkan kesejahteraan. Namun, komentar lain mengkritik kebijakan tersebut sebagai bentuk diskriminasi terhadap kelompok pekerja non-ASN, seperti buruh dan tenaga honorer. Polarisasi ini menunjukkan bahwa isu "gaji" memiliki dimensi politik yang kuat, di mana masing-masing pihak menggunakan isu ini untuk menguatkan posisi politik mereka atau untuk menyerang kandidat tertentu.

Dalam kaitannya dengan hoaks Pemilu 2024, *node "gaji"* juga memiliki relevansi yang signifikan. Sebagai isu yang sensitif dan berhubungan langsung dengan kehidupan masyarakat, topik ini sering kali menjadi sasaran hoaks yang bertujuan untuk memanipulasi opini publik. Misalnya, informasi palsu tentang janji kenaikan gaji yang tidak sesuai dengan fakta dapat digunakan untuk meningkatkan citra salah satu kandidat atau untuk mendiskreditkan kandidat lain. Penyebaran hoaks semacam ini memanfaatkan tingginya perhatian masyarakat terhadap isu "*gaji*" dan posisinya yang sentral dalam diskusi. Hal ini menunjukkan bahwa sentralitas *node "gaji"* tidak hanya mencerminkan pengaruhnya dalam diskusi publik, tetapi juga potensi isu ini untuk digunakan sebagai alat propaganda politik.

Dengan menjadi pusat dari banyak koneksi dalam jaringan komunikasi, *node "gaji"* menggambarkan bagaimana isu kesejahteraan ekonomi menjadi salah satu tema dominan dalam Pemilu 2024. Sentralitasnya menunjukkan bahwa publik melihat isu ini sebagai salah satu parameter utama dalam menilai program dan kebijakan kandidat. Namun, posisi strategis *node* ini juga menunjukkan bahwa isu "*gaji*" berpotensi menjadi medan pertempuran informasi, di mana narasi faktual dan hoaks bersaing untuk membentuk opini publik. Dalam konteks jaringan komunikasi yang dianalisis, *node "gaji"* memainkan peran penting tidak hanya sebagai topik diskusi, tetapi juga sebagai penghubung antara berbagai kelompok masyarakat dan tema politik yang lebih luas.

Sementara itu, *node "dana desa"* menunjukkan posisi strategis dalam jaringan komunikasi yang dianalisis, mencerminkan perhatian besar terhadap kebijakan pembangunan yang berdampak langsung pada masyarakat desa. Sentralitas *node* ini yang cukup tinggi menunjukkan bahwa isu dana desa merupakan salah satu topik utama yang banyak dibahas dalam kolom komentar TikTok dengan *hashtag #Pemilu2024*. Perhatian terhadap kebijakan ini mengindikasikan adanya kesadaran publik akan pentingnya alokasi anggaran untuk pembangunan desa sebagai bagian dari upaya meningkatkan kesejahteraan masyarakat di tingkat akar rumput. Hubungan *node "dana desa"* dengan elemen-elemen lain seperti "*subsidi*" dan "*naik*" menegaskan bahwa topik ini tidak berdiri sendiri, melainkan berhubungan erat dengan isu-isu lain yang relevan, seperti distribusi subsidi yang adil dan kebijakan pembangunan ekonomi secara keseluruhan.

Dalam konteks Pemilu 2024, diskusi mengenai dana desa dapat dimaknai sebagai refleksi dari harapan masyarakat terhadap keberlanjutan program-program pembangunan yang berbasis desa. Program dana desa yang sudah berjalan selama beberapa tahun menjadi salah satu isu yang sering diangkat oleh masyarakat untuk mengevaluasi efektivitas kebijakan pemerintah sebelumnya dan untuk menilai komitmen para kandidat dalam melanjutkan atau meningkatkan program tersebut. *Node* ini juga menjadi penghubung bagi diskusi yang lebih luas terkait alokasi anggaran negara, di mana masyarakat kerap kali mempertanyakan transparansi dan efektivitas penggunaan anggaran untuk program-program desa. Hal ini

menjadikan dana desa tidak hanya sebagai topik diskusi, tetapi juga sebagai indikator penting bagi publik dalam menilai integritas dan visi politik para kandidat Pemilu 2024.

*Node "dana desa"* juga berpotensi menjadi salah satu pusat penyebaran hoaks terkait Pemilu 2024. Dalam beberapa komentar yang dianalisis, ditemukan adanya narasi yang memanfaatkan popularitas topik ini untuk menyebarkan informasi yang tidak akurat, seperti klaim palsu tentang peningkatan anggaran dana desa oleh kandidat tertentu tanpa dasar yang jelas atau tuduhan bahwa dana desa disalahgunakan untuk kepentingan politik tertentu. Hoaks semacam ini dapat dengan mudah menyebar melalui jaringan karena tingginya perhatian publik terhadap isu ini dan posisinya yang strategis dalam diskusi. Dengan menjadi penghubung antara berbagai elemen seperti "*subsidi*" dan "*naik*," *node "dana desa"* memiliki kemampuan untuk memperkuat atau mendistribusikan narasi, baik yang faktual maupun yang menyesatkan, ke seluruh jaringan.

Sentralitas *node "dana desa"* mencerminkan bagaimana kebijakan pembangunan desa menjadi salah satu fokus utama masyarakat dalam Pemilu 2024. Posisi strategisnya dalam jaringan menunjukkan bahwa topik ini memainkan peran penting dalam membentuk opini publik terkait kandidat dan program-program mereka. Namun, keberadaan hoaks yang memanfaatkan popularitas isu ini juga menunjukkan bahwa diskusi tentang dana desa tidak selalu murni faktual, melainkan sering kali dipengaruhi oleh narasi politik yang bertujuan untuk mengarahkan opini publik. Oleh karena itu, analisis *node "dana desa"* dalam jaringan komunikasi ini memberikan wawasan yang kaya tentang bagaimana kebijakan pembangunan desa menjadi topik strategis dalam wacana Pemilu 2024, baik sebagai refleksi dari aspirasi masyarakat maupun sebagai alat dalam strategi politik.

Sentralitas dalam jaringan ini tidak hanya menggambarkan frekuensi kemunculan elemen, tetapi juga menunjukkan bagaimana elemen-elemen tersebut terhubung dengan elemen lain. Elemen dengan nilai sentralitas tinggi sering kali menjadi pusat percakapan, memungkinkan diskusi yang lebih terorganisir dan relevan. Dalam konteks ini, analisis sentralitas memberikan wawasan tentang



tema utama yang mendominasi diskusi, elemen-elemen kunci yang menjadi fokus, dan bagaimana informasi bergerak melalui jaringan.

Selanjutnya adalah *Betweenness*, merupakan salah satu metrik penting dalam analisis jaringan yang mengukur sejauh mana sebuah node berfungsi sebagai jembatan dalam menghubungkan *node-node* lain yang tidak langsung terhubung satu sama lain. Node dengan nilai *betweenness* tinggi memiliki peran strategis dalam jaringan, yaitu sebagai penghubung utama antar cluster atau subgrup dalam jaringan. Dalam konteks analisis teks jaringan ini, *betweenness* digunakan untuk memahami bagaimana kata kunci tertentu memainkan peran penting dalam mengintegrasikan berbagai tema yang muncul dari diskusi publik terkait Pemilu 2024 di kolom komentar TikTok.

Pada visualisasi jaringan ini, beberapa node, seperti "*Prabowo*," "*gaji*," dan "*dana desa*," memiliki nilai *betweenness* tinggi. Node-node ini menjadi jembatan antara cluster yang berbeda, mencerminkan peran penting mereka dalam menghubungkan berbagai topik diskusi yang mungkin tidak secara langsung terkait. Sebagai contoh, node "*Prabowo*" tidak hanya menjadi pusat perhatian dalam diskusi, tetapi juga menghubungkan tema-tema seperti kebijakan ekonomi ("*gaji*") dengan isu-isu pembangunan sosial ("*dana desa*"). Hal ini menunjukkan bahwa diskusi tentang Prabowo melibatkan banyak perspektif yang saling terhubung melalui peran strategis node ini.

*Node "gaji"*, misalnya, memiliki nilai *betweenness* yang signifikan karena menghubungkan berbagai elemen seperti "*ASN*," "*buruh*," dan "*honorer*." Hubungan ini menunjukkan bahwa isu gaji tidak hanya menjadi fokus diskusi tunggal, tetapi juga menjadi penghubung antar kelompok yang membahas kebijakan kesejahteraan ekonomi dari sudut pandang yang berbeda. Dalam konteks Pemilu 2024, node ini memainkan peran penting sebagai penghubung wacana antara berbagai kelompok masyarakat yang memiliki kepentingan berbeda terhadap kebijakan gaji yang diusulkan oleh kandidat tertentu.

Demikian pula, node "*dana desa*" memiliki nilai *betweenness* yang tinggi karena menghubungkan isu-isu pembangunan dengan diskusi tentang distribusi anggaran dan subsidi. Dengan menjadi penghubung antar tema ini, node "*dana desa*" mencerminkan bagaimana kebijakan pembangunan desa menjadi titik temu

bagi berbagai narasi yang berkembang di jaringan. Isu ini tidak hanya menjadi perhatian publik, tetapi juga sering digunakan sebagai bahan evaluasi terhadap kebijakan pemerintah yang ada dan sebagai indikator penting dalam menilai komitmen kandidat Pemilu 2024 terhadap program-program yang bersifat grassroots.

Nilai *betweenness* juga berhubungan dengan potensi penyebaran informasi atau bahkan hoaks di dalam jaringan. Node dengan nilai *betweenness* tinggi, seperti "Prabowo," memiliki potensi untuk menjadi saluran utama dalam penyebaran informasi, baik yang faktual maupun yang tidak akurat. Misalnya, hoaks terkait janji-janji kampanye atau kebijakan yang diklaim oleh kandidat tertentu dapat dengan cepat menyebar melalui node ini karena posisi strategisnya dalam jaringan. Dalam beberapa komentar, ditemukan narasi yang memanfaatkan popularitas node seperti "Prabowo" dan "gaji" untuk menyebarkan klaim palsu yang bertujuan memengaruhi persepsi publik terhadap kandidat tertentu. Hal ini menunjukkan bahwa nilai *betweenness* tidak hanya mencerminkan peran node dalam menghubungkan tema, tetapi juga potensi mereka sebagai saluran distribusi informasi yang berdampak pada opini publik.

Secara keseluruhan, analisis *betweenness* dalam jaringan ini memberikan wawasan tentang bagaimana tema-tema utama dalam diskusi Pemilu 2024 saling terhubung melalui *node-node* strategis. Node dengan nilai *betweenness* tinggi tidak hanya memainkan peran sentral dalam menyatukan berbagai perspektif dalam diskusi, tetapi juga menjadi indikator penting dalam memahami bagaimana informasi baik yang faktual maupun yang menyesatkan dapat menyebar di dalam jaringan. Dalam konteks Pemilu 2024, metrik ini membantu mengidentifikasi kata kunci yang berperan sebagai penghubung utama, yang tidak hanya merefleksikan fokus diskusi publik tetapi juga strategi komunikasi politik yang digunakan untuk membentuk opini masyarakat.

Selanjutnya adalah *Closeness*, merupakan metrik penting dalam analisis jaringan yang digunakan untuk mengukur seberapa dekat suatu node dengan node-node lain di dalam jaringan. Node dengan nilai *closeness* tinggi memiliki akses lebih cepat dan langsung ke elemen lain dalam jaringan, mencerminkan efisiensi komunikasi di dalam struktur jaringan. Dalam konteks analisis teks

jaringan ini, *closeness* digunakan untuk memahami bagaimana isu-isu tertentu, yang direpresentasikan melalui *node*, memiliki kedekatan dengan elemen lain dan bagaimana hal ini memengaruhi penyebaran informasi serta dominasi topik dalam percakapan publik terkait Pemilu 2024.

Pada visualisasi jaringan ini, *node-node* seperti “Prabowo,” “gaji,” dan “dana desa” menonjol sebagai elemen dengan nilai *closeness* yang tinggi. Hal ini mengindikasikan bahwa isu-isu yang diwakili oleh *node-node* tersebut berada di pusat jaringan komunikasi, memungkinkan mereka untuk berinteraksi langsung atau melalui jalur yang lebih pendek dengan elemen-elemen lain dalam jaringan. Sebagai contoh, *node* “Prabowo” tidak hanya memiliki hubungan langsung dengan kata kunci seperti “visi” dan “subsidi,” tetapi juga dengan elemen-elemen yang lebih jauh seperti “buruh” dan “honorar,” yang menunjukkan bahwa diskusi tentang Prabowo mencakup beragam topik dengan efisiensi tinggi dalam penyebaran informasi.

Dalam konteks Pemilu 2024, *closeness* juga berkaitan erat dengan penyebaran hoaks. *Node* dengan nilai *closeness* tinggi, seperti “Prabowo” dan “gaji,” dapat menjadi saluran utama untuk distribusi narasi politik, termasuk hoaks. Sebagai contoh, informasi palsu tentang kebijakan tertentu, seperti klaim yang tidak berdasar mengenai kenaikan gaji ASN atau penambahan anggaran dana desa, dapat dengan cepat menyebar ke seluruh jaringan karena posisi strategis dari *node-node* ini. Kedekatan dengan elemen-elemen lain memungkinkan hoaks untuk menjangkau berbagai cluster dalam jaringan dengan jalur komunikasi yang lebih pendek, meningkatkan dampaknya terhadap opini publik.

Nilai *closeness* yang tinggi juga mencerminkan kemampuan *node* tertentu untuk menjadi pusat gravitasi dalam diskusi, di mana informasi dari berbagai tema mengalir melalui *node* tersebut. Dalam jaringan ini, *node* seperti “Prabowo” berperan sebagai pusat diskusi utama, memungkinkan berbagai isu, seperti kebijakan ekonomi dan subsidi, untuk terhubung dalam kerangka diskusi yang lebih luas. Efisiensi ini tidak hanya memperkuat pengaruh *node* dengan nilai *closeness* tinggi, tetapi juga menunjukkan bagaimana struktur jaringan

mendukung penyebaran informasi secara efektif di antara elemen-elemen yang berbeda.

Secara keseluruhan, analisis *closeness* dalam jaringan teks ini memberikan wawasan tentang bagaimana tema-tema utama dalam diskusi publik terkait Pemilu 2024 saling berhubungan dan menyebar melalui elemen-elemen strategis. Nilai *closeness* yang tinggi mencerminkan efisiensi dalam distribusi informasi, baik yang mendukung kandidat maupun yang berbentuk hoaks, menunjukkan peran penting *node-node* tertentu dalam membentuk opini publik. Dengan demikian, metrik *closeness* tidak hanya membantu memahami dinamika komunikasi dalam jaringan, tetapi juga memberikan gambaran tentang strategi komunikasi politik yang digunakan untuk memengaruhi persepsi masyarakat selama Pemilu 2024.

Kemudian, **Diameter** merupakan salah satu metrik penting dalam analisis jaringan yang mengukur jarak maksimum antara dua node terjauh dalam jaringan. Diameter memberikan gambaran tentang skala atau jangkauan jaringan secara keseluruhan, yang mencerminkan seberapa jauh informasi atau interaksi harus bergerak untuk mencapai semua elemen di dalam jaringan. Dalam konteks analisis teks jaringan ini, diameter membantu untuk memahami sejauh mana diskusi terkait Pemilu 2024 dapat menyebar dan bagaimana struktur jaringan memungkinkan keterhubungan antara topik-topik yang berbeda.

Pada jaringan ini, diameter menunjukkan jumlah langkah maksimum yang diperlukan untuk menghubungkan dua node yang paling terpisah, seperti topik-topik yang jarang dibahas secara bersamaan atau berada di cluster yang berbeda. Diameter jaringan yang relatif kecil menunjukkan bahwa informasi dapat dengan cepat menyebar di antara elemen-elemen jaringan, bahkan ketika elemen tersebut terletak pada cluster yang berbeda. Sebaliknya, jika diameter jaringan besar, maka informasi membutuhkan lebih banyak langkah untuk mencapai semua elemen dalam jaringan, yang menunjukkan bahwa jaringan lebih terfragmentasi atau memiliki tingkat keterhubungan yang lebih rendah.

Dalam analisis jaringan komunikasi terkait Pemilu 2024, diameter jaringan menjadi salah satu metrik utama yang mengukur jumlah langkah maksimum yang diperlukan untuk menghubungkan dua node yang paling jauh. Diameter ini memberikan gambaran tentang seberapa jauh informasi dapat menyebar dalam

jaringan. Berdasarkan data yang tersedia, hubungan terpanjang terlihat pada node "*susu gratis*" (ID 1412) yang berhubungan dengan "*susu*". Dalam konteks ini, diameter jaringan diperkirakan berkisar antara 5 hingga 7 langkah, yang menunjukkan bahwa informasi dapat berpindah dari satu node ke node lainnya dengan efisien tanpa keterputusan signifikan, memungkinkan penyebaran opini publik berlangsung dengan cepat.

Selain diameter, panjang jalur rata-rata (*average path length*) juga dapat dianalisis untuk memahami efisiensi distribusi informasi dalam jaringan. Panjang jalur rata-rata adalah jumlah langkah rata-rata yang diperlukan untuk menghubungkan dua *node* secara acak. Jika diameter mengukur jarak maksimum, panjang jalur rata-rata menunjukkan efisiensi interaksi antar-node dalam jaringan. Dalam struktur hubungan ini, jalur yang menghubungkan "*prabowo*"–"*masuk akal*" (64 *countPairs*) menunjukkan koneksi kuat, diikuti oleh "*gaji guru*" – "*gaji*" (41 *countPairs*) dan "*paling masuk akal*" – "*masuk akal*" (24 *countPairs*). Dengan pola ini, panjang jalur rata-rata diperkirakan sekitar 3 hingga 4 langkah, yang menandakan jaringan yang cukup erat dan memungkinkan informasi tersebar dengan cepat.

Analisis sentralitas dalam jaringan ini juga menunjukkan bahwa beberapa node memiliki peran dominan dalam percakapan. Sentralitas derajat (*degree centrality*) mengidentifikasi node dengan koneksi terbanyak dalam jaringan. "*Prabowo*" menjadi pusat diskusi utama karena memiliki hubungan erat dengan "*masuk akal*" (64 *countPairs*), menunjukkan bahwa sosok ini sering dikaitkan dengan penilaian rasionalitas dalam diskusi publik. Sementara itu, "*gaji*" juga memiliki banyak koneksi dengan "*gaji guru*" (41 *countPairs*) dan "*honor*" (8 *countPairs*), mencerminkan dominasi isu ekonomi dan kesejahteraan dalam percakapan terkait Pemilu 2024. Dari perspektif sentralitas keperantaraan (*betweenness centrality*), kata "*gaji*" berfungsi sebagai penghubung antara berbagai konsep seperti "*gaji guru*", "*honor*", dan "*naikin gaji*". Begitu pula dengan "*masuk akal*" yang berperan dalam menghubungkan berbagai wacana politik, serta "*dana desa*" yang terkoneksi dengan "*menaikkan dana desa*", yang mengindikasikan adanya perbincangan terkait kebijakan pembangunan daerah.

Jaringan ini juga menunjukkan kepadatan tinggi dan tingkat fragmentasi yang rendah, artinya sebagian besar diskusi tetap saling terhubung tanpa adanya isolasi topik yang signifikan. Beberapa topik utama yang dominan dalam jaringan, seperti "prabowo", "gaji", dan "masuk akal", menjadi simpul utama yang menghubungkan berbagai aspek kebijakan, kesejahteraan, dan kampanye politik. Dengan kepadatan yang tinggi, jaringan ini memungkinkan informasi dan opini lebih mudah tersebar di dalamnya.

Secara keseluruhan, analisis dimensi jaringan ini menunjukkan bahwa diameter jaringan berada di kisaran 5 hingga 7 langkah, sedangkan panjang jalur rata-rata diperkirakan sekitar 3 hingga 4 langkah. Node utama seperti "prabowo", "gaji", dan "masuk akal" memiliki peran sentral dalam membentuk opini publik dan mendominasi diskusi terkait Pemilu 2024. Sentralitas tinggi pada "prabowo" dan "gaji" mengindikasikan bahwa diskusi politik dan ekonomi memiliki keterkaitan erat dalam jaringan komunikasi ini. Dengan struktur jaringan yang padat dan minim fragmentasi, penyebaran informasi di dalam jaringan berlangsung secara luas dan cepat, memungkinkan wacana politik dan kebijakan ekonomi menjadi perbincangan utama yang terus berkembang.

Kemudian, *reciprocitas* merupakan metrik dalam analisis jaringan yang menggambarkan tingkat hubungan timbal balik antara dua node dalam jaringan. Dalam jaringan komunikasi, reciprocitas menunjukkan sejauh mana interaksi antara dua elemen berlangsung secara dua arah, yang mencerminkan keterlibatan aktif dan dinamis di antara mereka. Dalam konteks analisis teks jaringan ini, reciprocitas digunakan untuk memahami bagaimana kata kunci saling berhubungan dalam percakapan publik terkait Pemilu 2024 yang dianalisis dari komentar TikTok.

Pada jaringan ini, tingkat *reciprocitas* yang tinggi menunjukkan bahwa diskusi di antara elemen-elemen kunci, seperti "Prabowo," "gaji," dan "dana desa," tidak hanya terjadi satu arah tetapi juga saling memengaruhi. Sebagai contoh, *node* "Prabowo" memiliki hubungan timbal balik dengan elemen seperti "visi" dan "subsidi," yang mencerminkan bahwa diskusi tentang Prabowo sering kali merespons atau terkait langsung dengan topik-topik ini. Hal ini menunjukkan adanya dinamika wacana di mana Prabowo tidak hanya menjadi subjek

pembahasan tetapi juga memengaruhi dan dipengaruhi oleh diskusi terkait kebijakan-kebijakan yang relevan.

*Node "gaji"* juga menunjukkan tingkat reciprocitas yang signifikan, di mana diskusi tentang gaji sering kali dikaitkan dengan elemen seperti "ASN," "honorier," dan "buruh." Hubungan timbal balik ini mencerminkan bahwa diskusi tentang kebijakan gaji tidak hanya berasal dari satu kelompok tetapi melibatkan respons dari berbagai sudut pandang, seperti pandangan ASN yang mendukung kebijakan kenaikan gaji, serta kritik dari kelompok buruh yang merasa kurang terakomodasi. Reciprocitas yang tinggi pada node ini menciptakan ruang diskusi yang lebih partisipatif, di mana berbagai kelompok masyarakat dapat saling bertukar pandangan terkait isu kesejahteraan ekonomi.

*Node "dana desa"* menunjukkan pola *reciprocitas* yang mencerminkan perhatian publik terhadap kebijakan pembangunan yang berdampak pada masyarakat desa. Hubungan timbal balik antara "dana desa" dengan elemen seperti "subsidi" dan "naik" menunjukkan bahwa diskusi tentang dana desa sering kali terintegrasi dengan pembahasan tentang distribusi anggaran negara secara umum. Misalnya, publik mungkin membahas dana desa dalam konteks apakah subsidi tambahan atau peningkatan anggaran dapat meningkatkan efektivitas pembangunan di tingkat lokal. Tingkat reciprocitas ini menunjukkan bahwa diskusi tentang dana desa tidak hanya berjalan secara pasif, tetapi juga melibatkan tanggapan aktif dari berbagai pihak yang berkontribusi dalam percakapan.

Dalam konteks Pemilu 2024, reciprocitas menjadi indikator penting dalam memahami bagaimana isu-isu utama menjadi titik temu antara berbagai perspektif dan kepentingan publik. Tingginya reciprocitas dalam jaringan ini menunjukkan bahwa diskusi terkait kandidat dan kebijakan mereka mencerminkan interaksi yang dinamis, di mana wacana politik tidak hanya mengalir dari kandidat kepada masyarakat tetapi juga sebaliknya. Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat menggunakan platform seperti TikTok untuk tidak hanya mengomentari isu-isu yang relevan tetapi juga memengaruhi bagaimana isu-isu tersebut diposisikan dalam percakapan publik.

Namun, *reciprocitas* juga berpotensi mempercepat penyebaran hoaks di dalam jaringan. Dalam kasus ini, hubungan timbal balik antara elemen-elemen

kunci dapat memperkuat narasi tertentu, termasuk klaim palsu atau misinformasi. Sebagai contoh, hoaks yang mengaitkan Prabowo dengan janji kenaikan dana desa yang tidak faktual dapat dengan cepat memperoleh respons dalam bentuk diskusi yang terkait dengan elemen lain, seperti subsidi dan kebijakan anggaran. Hubungan timbal balik ini memungkinkan hoaks untuk menyebar lebih luas, terutama ketika narasi palsu tersebut memanfaatkan elemen-elemen dengan reciprocitas tinggi untuk mendapatkan legitimasi dalam diskusi.

Secara keseluruhan, analisis *reciprocitas* dalam jaringan ini memberikan wawasan yang kaya tentang pola interaksi di antara tema-tema utama dalam diskusi Pemilu 2024. Tingginya tingkat hubungan timbal balik di antara elemen-elemen kunci menunjukkan bahwa diskusi publik tidak hanya mencerminkan wacana satu arah tetapi juga interaksi yang dinamis dan partisipatif. Dalam konteks politik, reciprocitas menggambarkan bagaimana masyarakat berkontribusi dalam membentuk opini publik melalui tanggapan aktif terhadap isu-isu yang relevan, termasuk dalam mengevaluasi kebijakan kandidat dan merespons informasi yang beredar, baik yang faktual maupun yang bersifat hoaks.

Dalam analisis jaringan komunikasi teks ini, *cluster* atau pengelompokan kata-kata menggambarkan bagaimana tema-tema utama dalam percakapan publik terbagi menjadi beberapa topik yang saling terkait. Visualisasi ini menunjukkan bahwa percakapan di sekitar Pemilu 2024 tidak hanya tersebar secara acak, tetapi terstruktur dalam kelompok-kelompok yang mencerminkan isu-isu tertentu. Masing-masing *cluster* menunjukkan fokus diskusi yang spesifik, dengan keterhubungan erat di dalamnya yang mencerminkan intensitas dan relevansi antar kata.

**Cluster pertama** yang menonjol adalah *cluster "dana desa"* yang ditandai dengan **warna biru muda**. *Cluster* ini menunjukkan perhatian besar pada isu pembangunan dan bantuan desa, yang menjadi salah satu topik penting dalam diskusi kebijakan publik. *Node "dana desa"* terhubung dengan kata-kata seperti "*subsidi*," "*buat*," dan "*naik*," yang menunjukkan bahwa diskusi ini berpusat pada evaluasi dan ekspektasi masyarakat terhadap kebijakan pembangunan di tingkat lokal. Hubungan ini mencerminkan harapan masyarakat untuk meningkatkan alokasi dana desa sebagai bagian dari strategi pembangunan yang lebih luas.



*Cluster kedua* yang mencolok adalah cluster "*gratis*" yang didominasi **warna ungu**. Kata "gratis" dalam konteks ini tampaknya berhubungan dengan layanan publik, seperti pendidikan atau akses terhadap kebutuhan dasar lainnya. Node ini terhubung dengan kata-kata seperti "sekolah," "susu," dan "mahasiswa," yang menunjukkan bahwa diskusi di cluster ini mencakup topik pendidikan gratis atau subsidi lainnya yang dianggap krusial oleh masyarakat. Elemen-elemen ini mengindikasikan bahwa kebijakan pendidikan menjadi salah satu perhatian utama dalam percakapan Pemilu 2024.

*Cluster ketiga* yang signifikan adalah *cluster "subsidi"* dengan **warna merah**, yang berfokus pada isu ekonomi dan kesejahteraan sosial. Node "subsidi" terhubung dengan elemen-elemen seperti "naik," "tunjangan," dan "kehamilan," menunjukkan bahwa diskusi dalam cluster ini mencakup berbagai bentuk bantuan sosial dan ekonomi. *Cluster* ini juga mencerminkan ekspektasi masyarakat terhadap program-program subsidi yang diusulkan oleh kandidat dalam Pemilu 2024. *Node-node* ini tidak hanya menunjukkan aspirasi masyarakat, tetapi juga menjadi titik diskusi yang potensial untuk evaluasi kritis terhadap janji-janji politik.

Selain itu, terdapat cluster yang berpusat pada kata "Prabowo", yang menjadi salah satu *node* sentral dalam jaringan ini. *Cluster* ini menggambarkan bagaimana nama kandidat ini menjadi topik dominan dalam percakapan publik. Elemen-elemen yang terhubung dengan "Prabowo" seperti "visi," "masuk akal," dan "realistis" mencerminkan narasi positif yang mendukungnya, sementara elemen lain seperti "tidak" dan "mana" menunjukkan adanya kritik atau skeptisisme. Hal ini mencerminkan dinamika diskusi yang mencakup dukungan sekaligus kritik terhadap kebijakan dan janji kampanye.

Analisis *cluster* ini memberikan pemahaman yang mendalam tentang fragmentasi isu-isu publik dalam konteks Pemilu 2024. Hubungan antar *cluster* menunjukkan bagaimana berbagai tema, seperti pembangunan desa, pendidikan, subsidi, dan kandidat tertentu, saling terhubung dalam jaringan diskusi yang lebih luas. Struktur cluster ini juga memungkinkan untuk melihat bagaimana informasi, termasuk narasi hoaks, dapat tersebar di berbagai kelompok diskusi, memengaruhi opini publik. Dengan demikian, analisis ini tidak hanya mengungkap isu-isu

utama yang menjadi perhatian masyarakat, tetapi juga memberikan wawasan tentang pola komunikasi dan dinamika diskusi publik dalam ruang *digital*.

Kemudian, *Ties* dalam analisis jaringan komunikasi, merujuk pada hubungan atau koneksi antara *node* yang merepresentasikan keterhubungan antar elemen dalam sebuah jaringan. Pada jaringan teks Pemilu 2024 yang divisualisasikan ini, *ties* menunjukkan bagaimana kata-kata atau frasa tertentu saling terhubung dalam konteks percakapan yang sama. Jumlah *ties* yang tinggi mencerminkan tingkat keterkaitan yang erat antara elemen-elemen tersebut, menandakan bahwa isu-isu yang diangkat saling terkait dalam diskusi publik yang berlangsung.

Dalam konteks jaringan ini, setiap *ties* menghubungkan *node* yang sering muncul bersamaan dalam komentar TikTok, sehingga membentuk pola hubungan yang mencerminkan dinamika diskusi. Sebagai contoh, *node* "*Prabowo*" memiliki banyak *ties* yang menghubungkannya dengan elemen-elemen seperti "*visi*," "*subsidi*," dan "*masuk akal*." Hal ini menunjukkan bahwa diskusi tentang kandidat ini mencakup berbagai aspek, seperti visi politik, kebijakan ekonomi, dan evaluasi publik terhadap janji-janji kampanye. *Ties* ini menunjukkan bahwa "*Prabowo*" tidak hanya menjadi pusat diskusi, tetapi juga menjadi penghubung antara berbagai tema utama dalam percakapan terkait Pemilu 2024.

*Ties* juga memainkan peran penting dalam menghubungkan *cluster-cluster* yang berbeda. Sebagai contoh, *node* "*subsidi*" bertindak sebagai penghubung antara *cluster* yang membahas "*dana desa*" dengan *cluster* yang berfokus pada "*tunjangan*." Hubungan ini mencerminkan bahwa narasi tentang subsidi sering kali melibatkan isu-isu pembangunan desa dan kesejahteraan sosial secara bersamaan. *Ties* ini menunjukkan bagaimana diskusi publik tidak terfragmentasi, tetapi saling terhubung melalui tema-tema yang relevan dengan kebijakan Pemilu 2024.

Selain itu, *ties* yang menghubungkan *node* seperti "*gaji*" dengan elemen-elemen seperti "*ASN*," "*honor*," dan "*buruh*" menunjukkan hubungan yang kuat antara isu kesejahteraan ekonomi dan berbagai kelompok masyarakat. Hubungan ini menggambarkan bagaimana percakapan publik mencakup perbandingan

kebijakan yang diusulkan untuk kelompok-kelompok tersebut, serta ekspektasi masyarakat terhadap kandidat dalam mengatasi ketimpangan ekonomi.

*Ties* dalam jaringan ini juga relevan dalam analisis penyebaran hoaks terkait Pemilu 2024. Dalam konteks *digital*, hoaks sering kali menyebar melalui hubungan antar tema yang erat, sebagaimana tercermin dalam *ties* dalam jaringan ini. Sebagai contoh, narasi hoaks tentang kenaikan "gaji" atau alokasi "dana desa" oleh kandidat tertentu dapat dengan mudah menyebar melalui *ties* yang menghubungkan node-node ini dengan elemen-elemen seperti "subsidi" dan "naik." Hal ini menciptakan jalur distribusi informasi yang memungkinkan hoaks menjangkau berbagai kelompok diskusi dalam waktu singkat.

Selain itu, *ties* yang lebih kecil, seperti hubungan antara *node* "kocak" dan elemen lain, menunjukkan bagaimana narasi humor atau sarkastik dapat digunakan untuk memperkuat hoaks atau menciptakan keraguan terhadap fakta. Elemen-elemen ini sering kali digunakan untuk menyisipkan informasi yang salah secara tidak langsung, tetapi tetap memengaruhi persepsi publik.

*Ties* yang menghubungkan node-node utama seperti "Prabowo" dengan tema kebijakan, seperti "subsidi" dan "visi," juga menunjukkan bahwa hoaks dapat memanfaatkan keterkaitan antara narasi kandidat dengan isu-isu penting. Misalnya, narasi palsu yang mengklaim bahwa kandidat tertentu memiliki kebijakan yang tidak realistis dapat menyebar melalui hubungan ini, diperkuat oleh *ties* yang menghubungkan tema-tema ini dengan *cluster* lain.

*Ties* dalam jaringan teks Pemilu 2024 memberikan wawasan mendalam tentang bagaimana elemen-elemen dalam percakapan publik saling terhubung. Hubungan ini mencerminkan pola komunikasi yang kompleks, di mana isu-isu utama seperti kesejahteraan ekonomi, kebijakan pembangunan desa, dan visi politik saling terintegrasi melalui jalur koneksi yang kuat. Namun, struktur *ties* ini juga memberikan peluang bagi penyebaran hoaks, yang dapat memperkuat narasi palsu melalui hubungan antar tema yang erat. Dengan menganalisis *ties* dalam jaringan ini, kita dapat memahami dinamika komunikasi publik sekaligus mengidentifikasi potensi jalur penyebaran informasi yang dapat digunakan untuk menangkal hoaks dalam konteks Pemilu 2024.

Dalam penelitian ini, pendekatan analisis jaringan komunikasi diterapkan untuk memahami pola hubungan antar elemen dalam konteks Pemilu 2024, khususnya pada media sosial TikTok. Penggunaan perangkat lunak Gephi sebagai alat visualisasi dan analisis memungkinkan identifikasi metrik jaringan seperti sentralitas, cluster, dan pola interaksi.

Gephi merupakan perangkat lunak sumber terbuka yang dirancang untuk memvisualisasikan dan menganalisis jaringan. Gephi digunakan untuk memproses data hubungan antar kata (*source* dan *target*) yang diekstrak dari komentar TikTok terkait *hashtag* #Pemilu2024. Data ini mencakup elemen-elemen seperti bobot hubungan (*weight*), pasangan kata (*countPairs*), dan identifikasi jenis hubungan. Berikut ini adalah hasil dari pengolahan data jaringan komunikasi menggunakan Gephi.

No.	Source	Target	Id	<i>countPairs</i>
1.	Prabowo	Masuk Akal	582	64
2.	Gaji Guru	Gaji	570	41
3.	Paling Masuk Akal	Masuk Akal	647	24
4.	Susu Gratis	Susu	1412	10
5.	Sekolah	Gratis	194	9
6.	Honoror	Gaji	211	8
7.	Menaikan Dana Desa	Dana Desa	935	7
8.	Naikin Gaji	Gaji	499	7
9	Tunjangan	Angka Kelahiran	393	6
10	Tunjangan	Bumil	5	5

Data di atas merupakan representasi hubungan (*ties*) antara dua elemen atau node, seperti "*Source*" (sumber) dan "*Target*" (tujuan), serta menunjukkan jumlah keterkaitan atau koneksi di antara keduanya melalui kolom *countPairs*. Analisis ini memberikan wawasan penting terkait pola diskusi publik di media sosial, khususnya dalam konteks isu-isu yang relevan dengan Pemilu 2024. Pemilihan data ini didasarkan pada nilai *countPairs* yang lebih dari 5, dengan tujuan untuk fokus pada hubungan-hubungan signifikan yang memiliki frekuensi keterhubungan tinggi. Dari data tersebut, hanya 10 hubungan dengan nilai tertinggi yang dipertimbangkan untuk memberikan gambaran yang representatif mengenai tema dan pola diskusi.

Pemilihan data berdasarkan nilai *countPairs* yang lebih dari 5 didasarkan pada pertimbangan untuk memfokuskan analisis pada hubungan yang signifikan. Hal ini bertujuan untuk mengidentifikasi pola utama tanpa membebani analisis dengan data yang kurang relevan. Batas maksimum 10 hubungan dipilih untuk memberikan representasi yang jelas dan terfokus pada isu-isu dominan yang relevan dalam diskusi publik terkait Pemilu 2024. Pendekatan ini membantu menyaring data sehingga analisis dapat lebih mendalam dan spesifik.

Setiap *node* dalam data ini merepresentasikan kata atau frasa yang relevan dalam diskusi publik terkait Pemilu 2024, sedangkan hubungan antar *node*, atau *ties*, menggambarkan koneksi semantik antar kata-kata tersebut dalam konteks tertentu. Hubungan ini ditentukan oleh nilai *countPairs*, yang mencerminkan frekuensi keterhubungan antara *node*. Misalnya, hubungan "Prabowo - masuk akal" dengan nilai *countPairs* sebesar 64 menunjukkan bahwa frasa "masuk akal" sering dikaitkan dengan nama "Prabowo" dalam diskusi publik, mencerminkan narasi positif yang menekankan kredibilitas atau logisnya kebijakan kandidat tersebut. Demikian pula, koneksi "Gaji guru - gaji" (41) menyoroti perhatian publik terhadap isu kesejahteraan tenaga pendidik, khususnya dalam konteks peningkatan gaji, yang sering menjadi fokus kampanye. Hubungan "Paling masuk akal - masuk akal" (24) memperkuat narasi logis yang menjadi daya tarik tertentu dalam komunikasi politik.

Selain itu, hubungan seperti "*Susu gratis-susu*" (10) dan "*Sekolah-gratis*" (9) mencerminkan ekspektasi publik terhadap janji program sosial, seperti subsidi susu gratis dan pendidikan tanpa biaya, yang sering menjadi tema utama dalam kampanye politik. Hubungan "*Honorer - gaji*" (8) menunjukkan fokus publik pada kesejahteraan tenaga honorer, sementara "*Menaikan dana desa - dana desa*" (7) mengindikasikan perhatian terhadap kebijakan pembangunan desa. Diskusi tentang "Naikin gaji - gaji" (7) menyoroti tuntutan publik terhadap kenaikan gaji, yang merupakan janji strategis dalam kampanye. Hubungan seperti "*Tunjangan - angka kelahiran*" (6) dan "*Tunjangan-bumil*" (5) menunjukkan fokus pada kebijakan sosial terkait populasi dan kesejahteraan ibu hamil.

Data ini dianalisis dan divisualisasikan menggunakan Gephi untuk menggambarkan pola jaringan komunikasi. Dalam visualisasi Gephi, setiap *source*

dan target direpresentasikan sebagai node, dengan hubungan antar node sebagai ties. Semakin tinggi nilai countPairs, semakin tebal hubungan tersebut divisualisasikan dalam jaringan. Metrik seperti sentralitas (centrality) membantu mengidentifikasi node utama seperti "Prabowo" dan "gaji," yang memiliki banyak koneksi dengan node lainnya, mencerminkan dominasi tema dalam diskusi. Cluster analysis digunakan untuk mengelompokkan node yang saling terhubung erat, seperti "Sekolah - gratis" dan "Tunjangan - angka kelahiran," untuk menunjukkan pengelompokan tema spesifik. Dengan algoritma seperti ForceAtlas 2 atau Yifan Hu, hubungan ini divisualisasikan dalam bentuk jaringan untuk mempermudah interpretasi pola keterhubungan.

Data ini memberikan wawasan tentang isu-isu utama yang menjadi perhatian publik di media sosial. Hubungan seperti "Prabowo-masuk akal" menunjukkan narasi positif yang mendukung kandidat tertentu, yang dapat digunakan sebagai strategi komunikasi politik yang efektif. Diskusi tentang "Gaji guru - gaji" dan "Honorier - gaji" menunjukkan fokus publik pada isu kesejahteraan tenaga kerja, yang sering menjadi prioritas kebijakan. Selain itu, narasi seperti "Sekolah-gratis" juga memiliki potensi untuk dimanfaatkan dalam penyebaran informasi palsu atau hoaks, yang dapat menciptakan polarisasi opini publik. Analisis ini tidak hanya membantu memahami pola komunikasi publik tetapi juga mengidentifikasi peluang dan tantangan dalam strategi komunikasi politik selama Pemilu 2024.

#### **4.1.3 Analisis Tematik Pada Hasil Hashtag #Pemilu2024 di Tiktok**

Analisis ini dilakukan dengan pendekatan *Open Coding*, *Axial Coding*, dan *Theme*, yang bertujuan untuk mengelompokkan kata-kata atau frasa yang sering muncul ke dalam tema-tema tertentu. Data yang digunakan dalam penelitian ini diambil dari 10 data tertinggi yang memiliki 10 hubungan dengan nilai tertinggi. Pemilihan data ini dilakukan untuk memberikan gambaran yang representatif mengenai pola komunikasi publik yang berkembang dalam diskusi mengenai Pemilu 2024 di TikTok.

**Tabel 3. Skema Tematik Pada Hasil Hashtag #Pemilu2024 di Tiktok**

No.	<i>Open Coding</i>	<i>Axial Coding</i>	<i>Theme</i>
1.	Prabowo	Prabowo	Calon presiden
2.	Gaji guru	Gaji	Keuangan
3.	Paling masuk akal	Masuk akal	Pemikiran
4.	Susu gratis	Susu	Makanan
5.	Sekolah	Gratis	Pendidikan
6.	Honorer	Gaji	Keuangan
7.	Menaikan dana desa	Dana desa	Keuangan
8.	Naikin gaji	Gaji	Keuangan
9	Tunjangan	Angka kelahiran	Keuangan
10	Tunjangan	Bumil	Keuangan

Sumber: Hasil Olah Data (Peneliti, 2024)

Berdasarkan hasil analisis tematik, terdapat lima tema utama yang mendominasi percakapan dalam *hashtag #Pemilu2024*, yaitu Calon Presiden, Keuangan, Pemikiran, Makanan, dan Pendidikan. Tema Calon Presiden diwakili oleh kata kunci "Prabowo", yang menunjukkan bahwa diskusi terkait kandidat presiden menjadi fokus utama dalam perbincangan di TikTok. Tema Keuangan mendominasi dengan berbagai aspek, seperti "gaji guru", "honorer", "menaikkan dana desa", "naikin gaji", serta "tunjangan", baik yang berkaitan dengan angka kelahiran maupun ibu hamil (bumil). Hal ini menunjukkan bahwa isu ekonomi dan kesejahteraan masyarakat menjadi perhatian utama dalam diskusi politik menjelang Pemilu.

Selain itu, tema Pemikiran muncul melalui frasa "paling masuk akal", yang menggambarkan evaluasi publik terhadap rasionalitas kebijakan dan janji politik yang disampaikan oleh para kandidat. Tema Makanan terlihat dari munculnya istilah "susu gratis", yang berhubungan dengan kebijakan sosial dalam meningkatkan gizi masyarakat. Sementara itu, tema Pendidikan ditunjukkan melalui diskusi tentang "sekolah gratis", yang mengindikasikan adanya perhatian terhadap akses pendidikan sebagai bagian dari janji politik dalam Pemilu 2024.

Hasil analisis ini menunjukkan bahwa wacana publik di TikTok mengenai Pemilu 2024 tidak hanya berfokus pada figur kandidat presiden, tetapi juga mencakup isu-isu sosial-ekonomi yang berkaitan langsung dengan kesejahteraan masyarakat, seperti pendidikan, tunjangan sosial, dan kebijakan ekonomi. Dominasi tema keuangan dalam diskusi mencerminkan bahwa janji kampanye yang berkaitan dengan gaji, tunjangan, dan subsidi menjadi salah satu faktor utama yang mempengaruhi persepsi publik terhadap kandidat dan kebijakan yang

mereka usung. Dengan demikian, penelitian ini memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai bagaimana komunikasi politik berkembang di media sosial dan bagaimana tema-tema utama dalam diskusi publik dapat mempengaruhi opini pemilih dalam Pemilu 2024.

#### 4.1.4 Analisis Pesan Konten Hoaks #Pemilu2024 di Tiktok



Sumber : Hasil Tangkapan Layar (Peneliti, 2024)

**Gambar 16. Pencarian #Pemilu2024 di Tiktok**

Gambar 16 menampilkan hasil pencarian hashtag #Pemilu2024 di Tiktok, yang menjadi salah satu platform utama dalam penyebaran informasi terkait pemilu. Pemilu 2024 didominasi oleh pemilih muda, yang memiliki proporsi yang signifikan dalam daftar pemilih tetap. Berdasarkan data Komisi Pemilihan Umum (KPU), pemilih berusia di bawah 40 tahun mencakup 48,07% dari total pemilih. Rinciannya, pemilih berusia 31-40 tahun berjumlah 20,70%, sementara pemilih 17-30 tahun mencapai 31,23%. Hal ini menunjukkan bahwa pemilih muda memiliki peran yang sangat besar dalam menentukan hasil Pemilu 2024. Dengan masa kampanye yang berlangsung selama 75 hari (28 November 2023 hingga 10



Februari 2024), TikTok menjadi salah satu media sosial yang paling berpengaruh dalam membentuk opini publik, baik melalui konten edukasi maupun konten hoaks.

Manuel Castells dalam teorinya tentang *Network Society* menjelaskan bahwa jaringan sosial modern terdiri dari berbagai simpul yang saling terhubung, termasuk bursa saham, pasar keuangan, elit politik, sistem penyiaran, serta jaringan komunikasi digital global (Castells, 2010). Dalam konteks ini, media sosial seperti TikTok berperan sebagai simpul utama dalam distribusi informasi politik. TikTok menawarkan kemudahan akses dan konsumsi informasi yang jauh lebih cepat dibandingkan media tradisional seperti surat kabar, artikel berita, atau platform berbasis teks lainnya seperti Twitter dan Facebook. TikTok memungkinkan informasi pemilu untuk disampaikan melalui video pendek, yang lebih menarik, mudah dicerna, dan memiliki daya jangkauan luas. Namun, karakteristik ini juga menghadirkan tantangan baru, terutama terkait dengan penyebaran konten provokatif dan hoaks, yang dapat membentuk opini publik secara instan tanpa adanya proses verifikasi yang memadai.

Hoaks pemilu didefinisikan sebagai informasi yang salah atau menyesatkan terkait aturan, proses, teknis penyelenggaraan, dan hasil pemilu, yang bertujuan untuk mengelabui pemilih, merusak kepercayaan publik terhadap pemilu, serta menciptakan ketidakstabilan sosial dan politik. Informasi dapat dikategorikan sebagai hoaks setelah melalui proses verifikasi ketat, baik melalui lembaga otoritas, data publik, maupun pemberitaan dari media yang kredibel. Hoaks bukanlah opini, melainkan informasi yang salah secara faktual, yang dapat menyesatkan persepsi masyarakat terhadap jalannya pemilu.

Dalam konteks Pemilu 2024, hoaks mengalami peningkatan yang sangat signifikan dibandingkan pemilu sebelumnya. Sebanyak 76% hoaks pemilu yang beredar berbentuk video, menandai pergeseran dari format teks dan gambar yang dominan pada Pemilu 2019 menuju dominasi konten berbasis *video* (Wicaksono, 2023). Perubahan ini meningkatkan kerentanan pemilih, karena *video* memiliki daya pengaruh psikologis yang lebih besar dibandingkan teks atau gambar statis. Video mampu menyatukan gambar, teks, dan audio dalam satu format yang lebih persuasif, membuat informasi lebih sulit dipisahkan antara fakta dan kebohongan.

Selain itu, hoaks berbasis *video* lebih sulit diverifikasi, sehingga membutuhkan waktu yang lebih lama untuk dibantah oleh lembaga pengecek fakta. Dengan kemajuan teknologi kecerdasan buatan (AI), seorang pembuat hoaks dapat menciptakan video manipulatif hanya dalam waktu 10 menit, sementara proses verifikasi fakta terhadap video tersebut dapat memakan waktu berjam-jam hingga berhari-hari. Hal ini menjadi tantangan besar bagi pemilih dalam memilah informasi yang benar dan salah di tengah banjir konten digital yang terus meningkat selama periode pemilu.

Pemilu 2024 menunjukkan bahwa TikTok telah menjadi arena utama dalam komunikasi politik, terutama bagi pemilih muda. Sementara platform ini memberikan akses informasi yang cepat dan luas, karakteristiknya yang berbasis video pendek juga meningkatkan risiko penyebaran hoaks secara masif. Peningkatan jumlah hoaks dalam format *video* menciptakan tantangan baru dalam menjaga keakuratan informasi, karena hoaks *video* lebih sulit dan membutuhkan waktu lebih lama untuk diverifikasi. Oleh karena itu, penting bagi pemilih untuk meningkatkan literasi media digital, memastikan verifikasi informasi sebelum menyebarkan konten, serta memahami bagaimana hoaks dapat memanipulasi opini publik untuk kepentingan politik tertentu.

Pada media sosial TikTok bahwa ketika kamu menyukai beberapa konten dengan topik yang sama, *FYP (For Your Page)* TikTok terjadi karena algoritma media sosial memang diatur untuk menyesuaikan dengan preferensi atau kesukaan. Jadi, akan lebih banyak ketemu konten-konten yang sesuai dengan pendapat atau preferensi politik yang disukai seseorang, nantinya akan membuat seseorang terjebak pada narasi yang sama secara terus-menerus, sampai menyakini atau beralih pada preferensi yang lain. Dampaknya, kehilangan kesempatan untuk menemukan pendapat yang beragam dan hal itulah yang terjadi pada TikTok ketika kita menonton *video* politik yang kebenarannya masih rancu merupakan konten propaganda politik yang sarat dengan hoaks dan dapat membuat keriuhan suasana demokrasi di Indonesia. Salah satu konten di TikTok yang menyita perhatian adalah pemilu 2024 banyak menyita perhatian dengan *viewers 5 juta lebih dan likes 300 ribu lebih* di TikTok dengan [link https://vt.TikTok.com/ZS2BU9Quf/](https://vt.TikTok.com/ZS2BU9Quf/).

Dampak dari fenomena ini adalah terbentuknya polarisasi opini di kalangan pengguna TikTok, terutama dalam isu politik seperti Pemilu 2024. Seseorang yang terus-menerus terpapar konten dengan sudut pandang tertentu akan semakin yakin terhadap informasi tersebut, bahkan jika informasi yang diterima mengandung disinformasi atau hoaks. *Filter bubble* yang dihasilkan oleh algoritma TikTok juga menyebabkan pengguna kehilangan kesempatan untuk mengeksplorasi pendapat yang berbeda, sehingga mereka lebih rentan terhadap propaganda politik dan bias informasi.

Fenomena ini menimbulkan kekhawatiran akan stabilitas demokrasi, karena propaganda politik berbasis hoaks dapat menciptakan perpecahan sosial, mengaburkan fakta, dan menurunkan kepercayaan publik terhadap proses pemilu. Oleh karena itu, penting bagi pengguna TikTok untuk meningkatkan literasi digital, melakukan verifikasi informasi sebelum menyebarkan konten, serta lebih kritis dalam menyikapi video yang beredar di platform ini. Kombinasi antara kontrol diri dalam mengonsumsi konten dan upaya aktif dalam mencari perspektif berbeda dapat membantu mengurangi efek negatif dari algoritma media sosial terhadap preferensi politik individu.



Sumber : TikTok, 2024

**Gambar 17. Tangkapan Layar Video TikTok (Pertama)**

Konten dalam gambar ini merupakan salah satu contoh bagaimana hoaks atau disinformasi politik dapat tersebar di media sosial, khususnya TikTok, dalam konteks Pemilu 2024. Judul provokatif "*Sisi Gelap Pemilu 2024*" memberikan kesan bahwa ada aspek negatif atau manipulatif dalam proses pemilihan presiden yang perlu dicurigai. Visual yang digunakan menampilkan tiga calon presiden dengan narasi "*Mendapatkan posisi, menjadi presiden selanjutnya selama 5 tahun ke depan*", yang dapat membangun persepsi bahwa pemilu hanya sebatas perebutan kekuasaan tanpa memperhitungkan legitimasi demokrasi. Kalimat tambahan "*PEMBODOHAN MASYARAKAT?*" semakin memperkuat kesan bahwa ada upaya sistematis untuk menyesatkan publik, membentuk opini negatif terhadap pemilu, dan meragukan kredibilitas penyelenggara pemilu.

Dalam konteks *Network Society* yang dikemukakan oleh Manuel Castells (2010), media sosial seperti TikTok menjadi arena utama dalam pembentukan opini publik. Castells menjelaskan bahwa dalam masyarakat berbasis jaringan, informasi tersebar dengan sangat cepat melalui koneksi *digital* yang menghubungkan individu secara global. TikTok, sebagai salah satu platform media sosial dengan *algoritma For You Page (FYP)*, memungkinkan konten yang memiliki interaksi tinggi (*likes, komentar, dan share*) untuk semakin banyak ditampilkan kepada audiens yang lebih luas. Hal ini menjadikan TikTok sebagai medium yang sangat efektif dalam menyebarkan hoaks, karena algoritma akan terus merekomendasikan *video* serupa kepada pengguna yang telah menunjukkan ketertarikan pada konten sejenis. Dengan demikian, individu yang sudah skeptis terhadap pemilu akan semakin banyak menerima konten yang mendukung pandangan mereka, menciptakan efek *echo chamber*, di mana pengguna hanya terpapar informasi yang memperkuat opini awal mereka tanpa adanya sudut pandang yang beragam.

Implikasi dari penyebaran hoaks seperti ini sangat berbahaya, terutama dalam menurunkan tingkat kepercayaan publik terhadap penyelenggara pemilu. Dalam konteks politik, delegitimasi pemilu dapat menyebabkan apatisme pemilih, peningkatan konflik sosial, bahkan penolakan terhadap hasil pemilu yang sah. Dengan semakin berkembangnya teknologi kecerdasan buatan (AI), produksi konten hoaks menjadi lebih cepat dan lebih sulit dideteksi, sementara verifikasi kebenaran membutuhkan waktu yang jauh lebih lama. Oleh karena itu, penting bagi masyarakat untuk memiliki literasi digital yang kuat agar mampu mengenali hoaks dan melakukan verifikasi terhadap informasi yang mereka konsumsi.

Sebagai kesimpulan, konten ini mencerminkan bagaimana hoaks politik dapat tersebar luas di era *Network Society*, di mana media sosial menjadi ekosistem utama dalam pembentukan opini publik. Dengan memahami bagaimana algoritma bekerja dan bagaimana propaganda politik memanfaatkan emosi serta bias kognitif pengguna, kita dapat lebih waspada terhadap disinformasi dan memastikan bahwa informasi yang kita konsumsi benar-benar valid. Dalam menghadapi tantangan ini, peningkatan literasi digital, transparansi penyelenggara

pemilu, serta regulasi *platform* media sosial menjadi langkah penting dalam menangkal dampak negatif dari hoaks dan menjaga legitimasi demokrasi.



Sumber : Hasil Tangkapan Layar (Peneliti, 2024)

### Gambar 18. Komentar Dari ZZg.id

Analisis pesan dalam komentar akun zzg.id menunjukkan bahwa konten tersebut bersifat netral dan mendorong pemilih untuk mengambil keputusan berdasarkan visi-misi calon serta objektivitas dalam menilai fakta. Komentar ini mengarah pada ajakan untuk mengedepankan rasionalitas dalam menentukan pilihan politik, bukan sekadar mengikuti arus informasi yang bersifat tendensius. Dalam konteks penyebaran informasi di media sosial, komentar semacam ini berfungsi sebagai ajakan reflektif yang menekankan pentingnya verifikasi informasi sebelum membentuk opini.

Jika dikaitkan dengan konsep *Network Society* yang dikemukakan oleh (Castells, 2010), komentar ini mencerminkan bagaimana individu dalam ekosistem digital memiliki peran dalam membentuk arus informasi dalam jaringan sosial. Castells menjelaskan bahwa dalam masyarakat jaringan, informasi tidak lagi terpusat pada satu sumber otoritatif, melainkan didistribusikan secara desentralisasi melalui platform digital, termasuk TikTok. Hal ini menyebabkan setiap individu memiliki kesempatan untuk berpartisipasi dalam diskursus publik dengan menambahkan perspektif mereka dalam suatu narasi yang lebih besar.

Dalam konteks politik *digital*, komentar seperti ini dapat berfungsi sebagai penyeimbang dalam arus informasi yang sering kali didominasi oleh polarisasi politik dan penyebaran hoaks. Dengan algoritma TikTok yang berbasis preferensi pengguna, konten politik yang divisif cenderung lebih cepat menyebar dibandingkan konten yang bersifat edukatif atau informatif. Oleh karena itu, pesan dalam komentar akun zzg.id dapat berperan dalam mendorong diskusi yang lebih sehat dan berbasis fakta dalam masyarakat jaringan. Namun, dalam *network*

*society*, meskipun ada upaya mendorong verifikasi informasi, tantangan tetap muncul karena pengguna media sosial sering kali berada dalam echo chamber, di mana mereka hanya terpapar informasi yang memperkuat kepercayaan mereka sendiri.

Dengan demikian, komentar ini dapat dianggap sebagai bagian dari upaya membangun literasi *digital* di tengah derasnya arus informasi politik yang sering kali dimanipulasi demi kepentingan tertentu. Pemilih yang aktif dalam *network society* perlu memiliki kemampuan untuk memilah informasi secara kritis agar tidak terjebak dalam propaganda atau manipulasi digital yang dapat memengaruhi persepsi dan keputusan mereka dalam proses demokrasi.



Sumber : Hasil Tangkapan Layar (Peneliti, 2024)

### Gambar 19. Komentar Dari Nadi Astina

Komentar yang ditampilkan dalam gambar ini mencerminkan dinamika komunikasi politik di media sosial TikTok, khususnya dalam konteks Pemilu 2024. Komentar tersebut berisi pernyataan skeptis mengenai janji politik yang berkaitan dengan kebijakan bahan bakar bersubsidi, dengan nada mempertanyakan kemungkinan realisasi kebijakan "*BBM gratis*" jika salah satu kandidat terpilih sebagai presiden. Penggunaan emoji dalam komentar ini juga memberikan indikasi bahwa pesan yang disampaikan mengandung unsur sarkasme atau ironi, yang sering digunakan dalam diskusi daring untuk menggiring opini tertentu.

Dalam konteks *Network Society* seperti yang dikemukakan oleh Manuel Castells (2010), media sosial menjadi ruang utama bagi pertukaran informasi dan pembentukan opini publik yang terhubung secara digital. TikTok, sebagai salah satu platform berbasis video yang sangat populer, memungkinkan persebaran informasi dengan kecepatan tinggi dan menjangkau audiens yang luas dalam waktu singkat. Algoritma media sosial memperkuat efek ini dengan memprioritaskan konten yang memiliki engagement tinggi, baik dalam bentuk

like, komentar, maupun share. Akibatnya, narasi seperti yang terdapat dalam komentar ini dapat tersebar luas dan memengaruhi cara pandang masyarakat terhadap kandidat tertentu.

komentar ini menunjukkan bagaimana media sosial, khususnya TikTok, berperan dalam membentuk narasi politik melalui opini pengguna yang tersebar dalam jaringan digital. Dengan memahami bagaimana pola komunikasi ini terjadi, penelitian ini dapat memberikan wawasan lebih dalam tentang bagaimana strategi komunikasi politik perlu disusun untuk menangkal hoaks, disinformasi, dan upaya delegitimasi kandidat atau kebijakan dalam ruang publik digital.



Sumber : Hasil Tangkapan Layar (Peneliti, 2024)

### **Gambar 20. Komentar Dari Fandi Juliadi Bakhti**

Komentar dalam gambar ini menampilkan narasi positif terhadap salah satu kandidat dalam Pemilu 2024, dalam hal ini Prabowo Subianto, dengan menekankan sifat kepemimpinan yang teguh, tulus, dan memiliki kecintaan terhadap bangsa. Komentar ini merupakan contoh dari strategi komunikasi politik di media sosial yang bertujuan untuk membangun citra kandidat secara emosional dan meyakinkan audiens mengenai karakter serta komitmen kandidat sejak muda dalam memperjuangkan kepentingan negara.

Dari perspektif analisis jaringan komunikasi, komentar ini dapat dikategorikan sebagai bagian dari strategi komunikasi politik yang bertujuan membentuk persepsi positif terhadap kandidat tertentu. Jika dianalisis melalui sentralitas jaringan, komentar dengan jumlah interaksi tinggi seperti ini memiliki potensi untuk menjadi *node utama* dalam penyebaran informasi politik. Node ini berfungsi sebagai titik penghubung antara berbagai kelompok diskusi, sehingga membentuk cluster atau kelompok pendukung yang semakin memperkuat narasi yang disebarkan. Komentar ini menggambarkan bagaimana media sosial, sebagai bagian dari *Network Society*, telah menjadi alat utama dalam kampanye politik



*digital*. Penyebaran narasi politik melalui platform seperti TikTok tidak hanya membentuk opini publik, tetapi juga dapat memengaruhi persepsi pemilih secara luas. Oleh karena itu, pemahaman mengenai bagaimana informasi tersebar dalam jaringan digital sangat penting untuk mengidentifikasi dinamika komunikasi politik serta dampaknya terhadap demokrasi di *era digital*.



Sumber : TikTok, 2024

**Gambar 21. Tangkapan Layar Video TikTok (Kedua)**

Dalam konteks debat Pemilu 2024, pernyataan Anies Baswedan mengenai polusi udara di Jakarta dan hubungannya dengan anggaran yang dikeluarkan menjadi sorotan utama. Pernyataannya bahwa "*angin tidak memiliki KTP*" menjadi bahan diskusi yang luas di media sosial, terutama di TikTok, yang kemudian direpresentasikan dalam berbagai format, termasuk infografis seperti yang terlihat dalam gambar di atas. Infografis ini menunjukkan bagaimana isu polusi udara dikaitkan dengan faktor eksternal seperti arah angin, sumber emisi dari Pembangkit Listrik Tenaga Uap (PLTU), serta indikator polusi di beberapa

daerah seperti Lampung, Sumatra, dan Laut Jawa. Penyajian informasi dalam bentuk visual ini mencerminkan bagaimana diskusi politik dalam *Network Society* yang dikemukakan oleh (Castells, 2010) mengalami transformasi di *era digital*, di mana informasi tidak lagi bersifat linier dan terpusat, melainkan tersebar secara terdesentralisasi dalam berbagai bentuk dan melalui berbagai *platform*.

Dalam kasus ini, TikTok sebagai *platform* media sosial telah menjadi arena utama bagi publik untuk mengolah dan mendistribusikan informasi politik. Pengguna media sosial kini memiliki akses langsung untuk memproduksi konten, termasuk infografis seperti di atas, yang dapat dengan cepat menyebar ke berbagai kelompok diskusi. Keberadaan jaringan komunikasi ini memungkinkan berbagai narasi, termasuk perdebatan tentang polusi udara dalam Pemilu 2024, untuk mengalami replikasi, *reframing*, dan bahkan modifikasi sesuai dengan kepentingan politik atau interpretasi subjektif dari berbagai aktor yang terlibat.

Dalam kasus ini, infografis seperti di atas dapat digunakan untuk memperkuat narasi tertentu, baik dalam mendukung atau mengkritisi kebijakan yang diusulkan oleh salah satu kandidat. Polusi udara sebagai isu lingkungan yang kompleks menjadi bahan kampanye yang digunakan untuk menunjukkan keunggulan atau kelemahan seorang kandidat dalam menangani permasalahan nasional.

Analisis terhadap penyebaran informasi tentang polusi udara dalam debat calon presiden 2024 melalui TikTok menunjukkan bagaimana *Network Society* memungkinkan informasi untuk berkembang dengan cara yang jauh lebih dinamis dibandingkan dengan era komunikasi tradisional. Dalam jaringan digital ini, informasi tidak hanya diproduksi oleh media arus utama, tetapi juga oleh individu yang memiliki akses ke platform media sosial. Penyebaran informasi dalam bentuk visual seperti infografis menunjukkan bagaimana media sosial tidak hanya menjadi ruang diskusi, tetapi juga menjadi medan pertarungan narasi politik yang dapat mempengaruhi opini publik. Fenomena ini menegaskan bahwa dalam *era digital*, masyarakat bukan hanya konsumen informasi, tetapi juga produsen dan distributor konten yang membentuk diskursus politik melalui jaringan komunikasi yang semakin kompleks dan terdesentralisasi.



Sumber : Hasil Tangkapan Layar (Peneliti, 2024)

### Gambar 22. Komentar Dari Triple\_T Store

Komentar yang diberikan oleh akun **TRIPLE\_T STORE** mencerminkan kritik terhadap gaya komunikasi dalam debat politik, di mana pembicaraan kandidat dinilai terlalu berbelit-belit dan penuh retorika tanpa memberikan solusi konkret. Pernyataan ini menunjukkan bagaimana audiens digital menanggapi diskursus politik yang terjadi dalam ruang media sosial. Dengan menyoroti kecenderungan penggunaan retorika yang berlebihan, komentar ini menandakan adanya kejenuhan di antara audiens yang menginginkan jawaban yang lebih langsung dan berbasis fakta. Ungkapan "*tinggal ngomong, 80T itu, saya buat indikator udara*" mempertegas skeptisisme terhadap janji politik yang terdengar ambisius tetapi dianggap kurang realistis. Hal ini berkaitan erat dengan fenomena dalam *Network Society* sebagaimana dijelaskan oleh (Castells, 2010), di mana distribusi informasi politik di *era digital* bukan lagi didominasi oleh media tradisional, tetapi berkembang dalam jaringan komunikasi terdesentralisasi yang memungkinkan individu untuk berpartisipasi aktif dalam diskursus publik.

Dalam *Network Society*, informasi tidak hanya dikendalikan oleh lembaga atau otoritas formal, tetapi juga oleh individu yang memiliki akses ke teknologi digital dan platform media sosial. Komentar ini merupakan contoh bagaimana masyarakat tidak lagi sekadar menjadi konsumen informasi, tetapi juga produsen opini yang dapat memengaruhi diskusi politik yang lebih luas. Dalam konteks debat capres, media sosial seperti TikTok memungkinkan masyarakat untuk menanggapi dan mengevaluasi narasi yang disampaikan oleh kandidat secara langsung. Dengan algoritma yang didesain untuk memperkuat keterlibatan pengguna, pendapat semacam ini dapat menyebar luas dan membentuk wacana politik di antara pengguna lain yang memiliki persepsi serupa.

Komentar ini menunjukkan bagaimana masyarakat dalam *Network Society* tidak hanya menjadi objek dari komunikasi politik tetapi juga aktor yang aktif dalam menyusun dan menyebarkan narasi politik. Dalam lingkungan *digital* yang semakin kompleks, akses terhadap informasi memungkinkan individu untuk menilai efektivitas komunikasi politik dan mengkritisnya secara terbuka di ruang publik *digital*. Dengan demikian, diskursus politik tidak lagi bersifat satu arah dari elit politik ke masyarakat, tetapi telah menjadi interaktif dan dinamis di mana setiap individu memiliki potensi untuk memengaruhi opini publik melalui jaringan komunikasi *digital* yang mereka bentuk.



Sumber : Hasil Tangkapan Layar (Peneliti, 2024)

### Gambar 23. Komentar Dari SanzZ

Komentar yang diberikan oleh akun **SanzZ** menunjukkan kritik terhadap gaya komunikasi politik Anies Baswedan dalam debat calon presiden. Dengan nada sarkastik, komentar ini menyatakan bahwa Anies sangat pintar berbicara hingga sulit dimengerti oleh audiens. Dalam *Network Society*, sebagaimana dijelaskan oleh (Castells, 2010) media sosial telah menjadi arena utama dalam membentuk narasi politik, di mana setiap individu memiliki kemampuan untuk berpartisipasi dalam pembentukan opini publik. Komentar seperti ini dapat menyebar luas dalam jaringan sosial digital dan menjadi bagian dari opini kolektif yang berkembang di sekitar pemilu.

Dalam konteks pemilu, komunikasi kandidat memiliki peran strategis dalam menarik simpati pemilih. Namun, di *era digital*, efektivitas komunikasi tidak hanya bergantung pada pesan yang disampaikan, tetapi juga pada bagaimana audiens menafsirkannya. Komentar ini menunjukkan bahwa bagi sebagian audiens, gaya komunikasi Anies dianggap terlalu kompleks atau tidak langsung, yang berpotensi menimbulkan kebingungan. Dalam *Network Society*, audiens tidak lagi hanya mengonsumsi informasi secara pasif, tetapi juga berpartisipasi

aktif dalam mendefinisikan makna dari komunikasi politik melalui komentar, reaksi, dan diskusi *daring*.

Selain itu, komentar ini mencerminkan bagaimana retorika politik dapat menjadi bahan perdebatan di media sosial. Dalam *era digital*, kandidat tidak hanya bersaing dalam menyampaikan program kerja, tetapi juga dalam membangun citra yang dapat diterima oleh audiens yang lebih luas. Dalam *Network Society*, *fenomena* ini semakin dipercepat oleh algoritma media sosial yang secara otomatis memperkuat konten yang memiliki banyak interaksi, membuat suatu opini semakin mendominasi dalam jaringan.

Dalam *Network Society*, informasi tidak lagi mengalir dari sumber otoritatif ke masyarakat dalam model komunikasi satu arah, tetapi beredar secara horizontal dalam jaringan individu yang saling terhubung. Hal ini menciptakan fenomena *filter bubble* di mana pengguna hanya terpapar pada opini yang selaras dengan preferensi mereka, memperkuat bias yang sudah ada sebelumnya. Jika seseorang terus-menerus melihat komentar yang menyebutkan bahwa Anies berbicara terlalu kompleks atau sulit dimengerti, maka mereka lebih cenderung menerima opini ini sebagai sebuah kebenaran.

Komentar ini mencerminkan bagaimana opini politik berkembang dalam *era digital* dan bagaimana persepsi terhadap seorang kandidat dapat terbentuk serta diperkuat dalam jaringan sosial. Dengan memahami bagaimana narasi seperti ini menyebar dalam *Network Society*, kita dapat melihat bahwa pembentukan opini publik di media sosial tidak terjadi secara spontan, melainkan merupakan hasil dari interaksi kompleks antara individu, algoritma, dan dinamika jaringan *digital*.



Sumber : Hasil Tangkapan Layar (Peneliti, 2024)

### Gambar 24. Komentar dari D.Yogs

Komentar dalam gambar menunjukkan bagaimana suatu pernyataan dapat dengan cepat menjadi bagian dari diskusi publik yang lebih luas dalam konteks politik digital. Pernyataan “*angin tidak punya KTP*” yang dikemukakan oleh Anies Baswedan dalam debat capres menjadi topik yang viral dan dikomentari oleh banyak pengguna media sosial, termasuk di TikTok. Komentar dari akun D.Yogs dalam gambar ini mencoba menjelaskan bahwa maksud dari pernyataan tersebut adalah bahwa polusi udara di Jakarta tidak bersifat statis, melainkan dinamis tergantung pada faktor-faktor seperti arah angin dan kondisi lingkungan tertentu.

Fenomena ini dapat dikaitkan dengan konsep *Network Society* yang dikemukakan oleh (Castells, 2010). Castells menjelaskan bahwa dalam masyarakat jaringan, informasi menyebar melalui media *digital*, bukan melalui media tradisional. Media sosial, dalam hal ini TikTok, menjadi ruang untuk berbagai opini bertemu dan berinteraksi, membentuk realitas sosial baru yang tidak selalu berbasis pada informasi fakta, tetapi pada interpretasi subjektif dari penggunaannya. Dalam masyarakat jaringan, informasi tidak hanya mengalir dari atas ke bawah sebagaimana dalam sistem komunikasi tradisional, tetapi juga secara horizontal antarindividu, menciptakan struktur komunikasi yang lebih kompleks dan sulit dikendalikan.

Komentar ini juga mencerminkan bagaimana konsep *filter bubble* dan *echo chamber* dalam media sosial berperan dalam membentuk persepsi publik. Algoritma TikTok mengarahkan pengguna ke konten yang sejalan dengan preferensi mereka, sehingga memungkinkan informasi tertentu untuk beredar luas dalam komunitas dengan pandangan yang serupa. Dalam kasus ini, pernyataan

“*angin tidak punya KTP*” menjadi bahan diskusi yang melibatkan berbagai interpretasi, baik yang mendukung maupun yang menentang. Efek dari penyebaran informasi seperti ini dapat memperkuat polarisasi politik, di mana kelompok tertentu hanya mengonsumsi informasi yang sesuai dengan pandangan mereka tanpa mempertimbangkan perspektif lain.

Selain itu, dalam konteks pemilu, komentar ini juga menunjukkan bagaimana masyarakat terlibat aktif dalam membentuk narasi politik melalui media sosial. Dalam *network society*, individu bukan hanya konsumen informasi, tetapi juga produsen yang berkontribusi dalam penyebaran dan interpretasi pesan. Dengan demikian, fenomena ini memperlihatkan bagaimana media sosial telah menjadi arena utama dalam perdebatan politik modern, di mana konsep-konsep yang awalnya sederhana dapat berkembang menjadi wacana yang lebih besar dalam masyarakat *digital*.



Sumber : Hasil Tangkapan Layar (Peneliti, 2024)

**Gambar 25. Tangkapan Layar Video TikTok (Ketiga)**

Analisis konten terkait dugaan kecurangan dalam surat suara di Tempat Pemungutan Suara Luar Negeri (TPSLN) di Malaysia menggambarkan bagaimana informasi dapat menyebar dengan cepat dalam era digital melalui platform media sosial seperti TikTok. *Video* yang beredar memperlihatkan sekelompok orang yang membuka plastik berisi surat suara dan melakukan pencoblosan terhadap

Charisma Dina Wulandari, 2025

ANALISIS PESAN KONTEN HOAKS #PEMILU2024 PADA MEDIA SOSIAL TIKTOK

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik, Magister Ilmu Komunikasi

[www.upnvj.ac.id-www.library.upnvj.ac.id-www.repository.upnvj.ac.id]

pasangan calon nomor urut 3, Ganjar-Mahfud. Dalam narasi yang dikembangkan oleh Tim Kampanye Nasional (TKN) Prabowo-Gibran, kejadian ini dianggap sebagai bentuk kecurangan pemilu yang disengaja, yang pada akhirnya menciptakan persepsi negatif terhadap penyelenggaraan pemilu di luar negeri.

Dalam perspektif konsep *Network Society* yang dikemukakan oleh (Castells, 2010), fenomena ini menunjukkan bagaimana informasi, baik yang valid maupun yang mengandung unsur hoaks, dapat dengan cepat menyebar dalam jaringan sosial yang saling terhubung. Dalam masyarakat jaringan (*network society*), informasi tidak lagi terbatas pada distribusi vertikal dari institusi ke publik, tetapi menyebar secara horizontal melalui berbagai simpul jaringan yang terdiri dari individu, kelompok kepentingan, dan media sosial. Dalam konteks ini, TikTok menjadi ruang digital di mana berbagai aktor dapat berkontribusi dalam penyebaran informasi politik, termasuk narasi dugaan kecurangan pemilu.

Karakteristik utama dari *network society* adalah kemampuan untuk menghubungkan berbagai aktor dalam jaringan komunikasi yang luas dan interaktif. Ketika video tentang dugaan kecurangan pemilu ini diunggah, algoritma media sosial memungkinkan penyebarannya menjadi viral dengan cepat, terutama ketika mendapat banyak interaksi dalam bentuk like, share, dan komentar. Hal ini sejalan dengan konsep *mass self-communication*, di mana individu atau kelompok kecil dapat menyebarkan informasi secara luas tanpa harus bergantung pada media arus utama. Dengan demikian, narasi dugaan kecurangan pemilu tidak hanya menyebar di kalangan elite politik tetapi juga langsung menjangkau masyarakat luas, membentuk opini publik secara masif dalam waktu singkat.

Fenomena ini juga mencerminkan *bagaimana echo chambers dan filter bubbles* dalam masyarakat *digital* dapat memperkuat keyakinan kelompok tertentu terhadap suatu narasi. Pengguna media sosial yang memiliki kecenderungan politik tertentu akan lebih sering terpapar informasi yang mendukung preferensi mereka, sehingga sulit bagi mereka untuk mempertimbangkan perspektif lain yang lebih objektif. Hal ini berkontribusi pada polarisasi politik yang semakin tajam, di mana satu kelompok meyakini bahwa pemilu telah dicurangi sementara kelompok lain menganggap hal tersebut sebagai bagian dari propaganda politik.



Dengan demikian, analisis terhadap penyebaran informasi ini dalam konteks *network society* menunjukkan bahwa media sosial bukan hanya alat komunikasi tetapi juga instrumen politik yang dapat digunakan untuk membentuk persepsi publik. Dalam kasus dugaan kecurangan surat suara di TPSLN Malaysia, narasi yang berkembang tidak hanya mempengaruhi opini masyarakat tetapi juga berpotensi mendelegitimasi penyelenggaraan pemilu. Oleh karena itu, penting bagi publik untuk memiliki literasi digital yang kuat agar mampu memilah informasi dan tidak terjebak dalam arus disinformasi yang dapat mengganggu stabilitas demokrasi.



Sumber : Hasil Tangkapan Layar (Peneliti, 2024)

### **Gambar 26. Komentar Dari Bojan Hendra**

Komentar yang ditampilkan dalam gambar di atas mencerminkan ketidakpercayaan terhadap Komisi Pemilihan Umum (KPU) sebagai lembaga penyelenggara pemilu. Ungkapan "*semoga KPU jujur tapi saya sangat ragu*" yang disertai dengan emotikon tertawa menandakan sikap skeptis dan sinisme terhadap integritas proses pemilu yang sedang berlangsung. Sikap seperti ini tidak muncul dalam ruang hampa, melainkan merupakan hasil dari interaksi sosial di media digital yang membentuk pola pikir dan persepsi publik terhadap institusi demokrasi. Dalam konteks ini, komentar tersebut dapat dikategorikan sebagai bagian dari delegitimasi terhadap penyelenggara pemilu, yang sering kali diperkuat oleh penyebaran informasi yang belum diverifikasi atau hoaks yang beredar di media sosial.

Dalam perspektif teori *Network Society* yang dikemukakan oleh (Castells, 2010), penyebaran informasi di *era digital* tidak lagi bergantung pada saluran komunikasi tradisional, tetapi lebih banyak didistribusikan melalui jaringan sosial yang saling terhubung dalam ekosistem digital. TikTok sebagai salah satu *platform* media sosial memainkan peran signifikan dalam membentuk opini publik, karena algoritmanya yang berbasis personalisasi membuat individu

cenderung terekspos pada konten yang sesuai dengan preferensi mereka. Hal ini mempercepat proses *echo chamber*, di mana pengguna hanya terpapar pada informasi yang memperkuat keyakinan awal mereka tanpa adanya diversifikasi sudut pandang. Dalam kasus ini, komentar yang meragukan kejujuran KPU dapat menjadi bagian dari wacana yang terus berulang dalam jaringan tertentu, memperkuat narasi ketidakpercayaan terhadap penyelenggara pemilu.

Dalam konteks *network society*, produksi dan distribusi informasi telah menjadi desentralisasi. Tidak lagi hanya media konvensional yang menjadi sumber utama berita, tetapi individu dan komunitas daring dapat turut serta dalam menciptakan narasi tertentu. Dalam hal ini, persepsi terhadap KPU dapat dengan mudah dipengaruhi oleh narasi yang beredar di TikTok, baik itu berbasis fakta maupun spekulasi. Dengan demikian, komentar negatif semacam ini tidak hanya mencerminkan opini individu, tetapi juga menggambarkan dinamika lebih luas dari bagaimana kepercayaan terhadap institusi negara dapat terbentuk atau terkikis dalam lingkungan *digital*.

Implikasi dari fenomena ini cukup besar terhadap proses demokrasi. Jika ketidakpercayaan terhadap KPU semakin meluas akibat penyebaran opini yang tidak terverifikasi, maka legitimasi hasil pemilu bisa dipertanyakan, dan hal ini berpotensi menimbulkan ketidakstabilan politik. Oleh karena itu, dalam menghadapi tantangan disinformasi di era digital, perlu ada upaya strategis dalam meningkatkan literasi media digital agar masyarakat lebih kritis dalam menyaring informasi yang mereka konsumsi. Selain itu, transparansi dari pihak penyelenggara pemilu dalam mengomunikasikan proses dan mekanisme pemilu juga menjadi langkah penting untuk menjaga kepercayaan publik dalam ekosistem demokrasi berbasis jaringan ini.



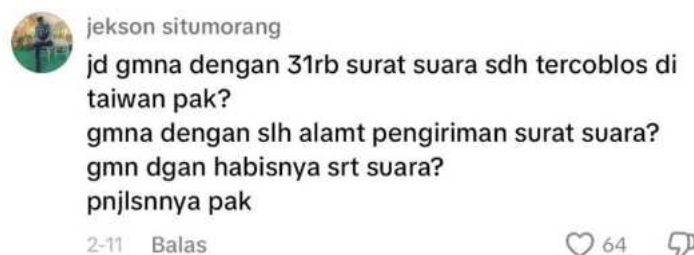
Sumber : Hasil Tangkapan Layar (Peneliti, 2024)

**Gambar 27. Komentar Dari Qwerty**

Komentar yang disampaikan oleh pengguna dengan nama akun "qwerty" mencerminkan kekhawatiran publik terkait transparansi proses pemilu di luar negeri, khususnya di Jepang. Dalam komentarnya, pengguna menyebutkan bahwa pemungutan suara baru akan dilakukan pada tanggal 11, namun data hasil pemungutan suara sudah muncul sebelumnya. Pernyataan ini berpotensi memunculkan spekulasi terkait kemungkinan adanya kecurangan atau manipulasi dalam proses pemilu, meskipun secara eksplisit tidak menuduh atau menyampaikan klaim yang dapat dikategorikan sebagai hoaks. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun komentar ini tampak netral, ia tetap dapat berkontribusi pada konstruksi opini publik yang skeptis terhadap penyelenggaraan pemilu.

Komentar ini juga menunjukkan bagaimana masyarakat digital semakin aktif dalam melakukan pengawasan terhadap proses demokrasi. Dalam *network society*, individu tidak lagi menjadi sekadar penerima informasi, tetapi juga berperan sebagai produsen dan penyebar informasi. Mereka menggunakan media sosial untuk menyuarakan pendapat, mempertanyakan proses yang berlangsung, serta menuntut transparansi dari institusi terkait. Dengan demikian, komentar ini bukan hanya mencerminkan skeptisisme individu terhadap pemilu, tetapi juga menunjukkan bagaimana masyarakat jaringan memanfaatkan *platform digital* untuk memperdebatkan dan mempertanyakan kredibilitas sistem demokrasi yang sedang berlangsung.

Secara keseluruhan, komentar ini menggambarkan bagaimana dalam masyarakat jaringan, persepsi publik terhadap suatu isu dapat dibentuk secara kolektif melalui interaksi di media sosial. Melalui pola penyebaran informasi yang tidak lagi terpusat, masyarakat dapat dengan cepat membangun wacana tertentu, termasuk kecurigaan terhadap penyelenggaraan pemilu. Dalam konteks ini, penting bagi penyelenggara pemilu dan otoritas terkait untuk proaktif dalam memberikan klarifikasi, meningkatkan transparansi, serta mengedukasi publik mengenai mekanisme dan prosedur pemilu guna mencegah penyebaran disinformasi dan spekulasi yang dapat berdampak pada legitimasi hasil pemilu.



Sumber : Hasil Tangkapan Layar (Peneliti, 2024)

### Gambar 28. Komentar Dari Jekson Situmorang

Komentar dari akun Jekson Situmorang dalam gambar di atas merepresentasikan bagaimana diskursus publik terkait dugaan kecurangan dalam pemilu dapat menyebar melalui jaringan komunikasi digital. Komentar ini bersifat netral karena lebih berorientasi pada pertanyaan yang meminta kejelasan terkait isu 31 ribu surat suara yang telah tercoblos di Taiwan. Tidak ada indikasi keberpihakan terhadap salah satu pasangan calon dalam pemilu, tetapi lebih kepada upaya menggali informasi mengenai transparansi dan akuntabilitas dalam penyelenggaraan pemilu. Hal ini menunjukkan bahwa dalam ruang digital, pengguna media sosial tidak hanya menjadi konsumen informasi, tetapi juga turut serta dalam membangun wacana publik dengan mempertanyakan keabsahan suatu peristiwa.

Dalam konteks *Network Society*, komentar ini mencerminkan bagaimana arus informasi dalam masyarakat digital tidak lagi bergantung pada media konvensional, tetapi lebih didorong oleh interaksi horizontal di dalam jaringan sosial *online*. Castells menekankan bahwa dalam masyarakat jaringan, individu memiliki akses langsung terhadap informasi serta kemampuan untuk menyebarkan atau mengonfirmasi suatu klaim dalam waktu yang sangat cepat. Informasi mengenai dugaan kecurangan dalam pemilu tidak hanya terbatas pada media mainstream, tetapi juga berkembang di platform seperti TikTok, di mana komentar seperti ini dapat menjadi pemicu diskusi yang lebih luas.

Keberadaan pertanyaan netral dalam ruang digital seperti ini juga memperlihatkan bagaimana *network society* memungkinkan terbentuknya ruang diskusi yang lebih inklusif. Berbeda dengan era komunikasi massa yang lebih *top-down*, media sosial memungkinkan siapa pun untuk berpartisipasi dalam percakapan politik secara langsung, bahkan tanpa adanya campur tangan dari

media. Namun, hal ini juga membawa tantangan tersendiri karena informasi yang tersebar bisa bersifat valid atau justru bias dan belum terverifikasi. Dalam kasus ini, komentar yang menanyakan tentang surat suara di Taiwan dapat memperkuat gagasan terkait dugaan kecurangan, sekaligus membuka peluang bagi klarifikasi dari sumber-sumber yang lebih kredibel.

Dengan demikian, interaksi dalam jaringan *digital* seperti ini menggambarkan bagaimana masyarakat saat ini tidak hanya menjadi objek dari narasi yang dibangun oleh *elite* politik atau media konvensional, tetapi juga turut berperan dalam produksi dan distribusi informasi. Keberadaan komentar-komentar seperti ini menjadi bukti bahwa dalam jaringan komunikasi digital, publik memiliki kendali lebih besar terhadap isu-isu yang dianggap penting, sekaligus menunjukkan bagaimana kekuatan jaringan dapat membentuk arus informasi dalam proses demokrasi.

Kekalahan pasangan Anies-Muhaimin dalam Pemilu 2024 dapat dianalisis melalui berbagai faktor yang berkaitan dengan dinamika politik, kepuasan publik terhadap pemerintahan yang sedang berkuasa, serta pola komunikasi yang terbentuk dalam masyarakat jaringan atau *Network Society* seperti yang dijelaskan oleh Manuel Castells. Berdasarkan survei Saiful Munjani *Research & Consultant (SMRC)*, dukungan terhadap Anies sempat mencapai 28,1% pada Desember 2022, yang hampir seimbang dengan Prabowo. Namun, dukungan ini mengalami stagnasi dan bahkan penurunan seiring dengan meningkatnya kepuasan publik terhadap pemerintahan Jokowi yang mencapai 81,7% pada tahun 2023. Hal ini menunjukkan bahwa strategi kampanye berbasis "perubahan" yang diusung oleh Anies-Muhaimin tidak cukup menarik lebih banyak pemilih untuk beralih dari kandidat lain, terutama Prabowo yang mendapatkan dukungan signifikan dari basis pemilih Jokowi.

Salah satu faktor utama yang membuat strategi kampanye Anies-Muhaimin tidak berhasil adalah pergeseran arus informasi dalam masyarakat *digital* yang semakin terkoneksi. Castells dalam teorinya tentang *Network Society* menekankan bahwa struktur komunikasi saat ini telah berubah dari komunikasi vertikal menjadi jaringan komunikasi horizontal yang kompleks. Dalam konteks Pemilu 2024, komunikasi politik tidak lagi bergantung pada media tradisional, tetapi lebih

banyak dibentuk oleh interaksi di media sosial seperti TikTok, Twitter, dan Facebook. Algoritma media sosial menciptakan *echo chambers* yang memperkuat keyakinan tertentu dalam kelompok pengguna tanpa memberi ruang bagi perspektif lain. Dengan demikian, wacana perubahan yang diusung oleh Anies-Muhaimin mengalami tantangan besar karena tidak mendapatkan penetrasi yang cukup dalam ekosistem digital yang didominasi oleh narasi pro-pemerintah dan kampanye politik yang lebih masif dari kubu Prabowo-Gibran.

Selain itu, persebaran informasi dalam *Network Society* juga sangat dipengaruhi oleh kekuatan *big data* dan analisis algoritmik yang menentukan visibilitas sebuah pesan politik di ruang digital. Prabowo-Gibran, dengan dukungan dari mesin kampanye yang lebih kuat dan penggunaan strategi komunikasi berbasis data, mampu menjangkau lebih banyak pemilih muda dan pemilih undecided melalui kampanye digital yang intensif. Sementara itu, Anies-Muhaimin cenderung masih mengandalkan pendekatan konvensional dalam komunikasi politik, sehingga tidak mampu mengimbangi arus informasi yang dikendalikan oleh algoritma media sosial.

Dalam konteks ini, *Network Society* berperan sebagai medan pertarungan informasi yang tidak hanya mencerminkan opini publik, tetapi juga dapat dikendalikan dan diarahkan melalui strategi digital yang tepat. Kandidat yang berhasil memenangkan pemilu bukan hanya yang memiliki visi dan program terbaik, tetapi juga yang mampu menguasai ekosistem informasi *digital* untuk membentuk opini publik. Dengan demikian, kekalahan Anies-Muhaimin dalam Pemilu 2024 bukan hanya disebabkan oleh faktor elektoral konvensional seperti tingkat kepuasan publik terhadap pemerintah, tetapi juga oleh ketidakefektifan strategi digital mereka dalam menghadapi tantangan komunikasi politik di era *Network Society*.

Kehadiran Jokowi dalam persaingan, yang diidentifikasi sebagai sosok pemimpin populer dengan segenap keberhasilan kinerja pemerintahannya, terbukti masih menjadi magnet bagi para pemilih dalam pemilu kali ini. Sumbangan keberadaan faktor Jokowi ini dapat dicermati dari migrasi suara dukungan dari para pemilih yang sebelumnya mengaku menjadi pemilih Presiden Jokowi dalam Pemilu Presiden 2019. Dalam pemilu saat itu, Jokowi yang berpasangan dengan

Mar'uf Amin menjadi pemenang dan mampu menguasai dukungan sebesar 55,5 persen. Besaran suara yang Prabowo dapatkan dalam Pemilu 2019 (44,5 persen), artinya sumbangan pemilih loyal Prabowo pada besaran elektabilitasnya kali ini diperkirakan sebesar 21,2 persen. Kendati pada Desember 2023 mengalami penurunan, pada hari pemungutan suara pasangan Prabowo-Gibran mampu menjaga besaran pilihan para pendukungnya.

Survei pasca Pemilu pada Februari 2024, menunjukkan adanya penguatan dukungan terhadap pasangan Prabowo-Gibran. Tidak kurang dari 57,1 persen pemilih Prabowo dalam Pemilu 2019 kembali memilihnya pada pemilu kali ini. Jika dikonversikan ke dalam besaran capaian dukungan pada Pemilu 2019, maka pasangan Prabowo-Gibran memperoleh tambahan dukungan berkisar antara 18,3 hingga 24,8 persen dari pemilih Prabowo sebelumnya. Kehadiran sosok muda, yakni Gibran yang merupakan putra Presiden Jokowi, turut menarik perhatian pemilih muda. Dukungan dari kelompok ini semakin meningkat berkat strategi kampanye kreatif dan inovatif, seperti penggunaan simbol budaya populer, termasuk anime, untuk menarik simpati generasi muda. Survei pada Desember 2023 menunjukkan bahwa lebih dari separuh pemilih pemula (55,6 persen) menyatakan akan memilih pasangan ini, dan angka tersebut mengalami peningkatan saat pemungutan suara, dengan 67,1 persen pemilih pemula diperkirakan mendukung pasangan Prabowo-Gibran.

Penelitian yang dilakukan oleh Maifulah dkk. (2024) selama lima bulan menyoroti peran komunikasi politik melalui buzzer di TikTok dalam meningkatkan elektabilitas pasangan Prabowo-Gibran. Dengan menggunakan analisis dari aplikasi Drone Emprit, penelitian ini menunjukkan bagaimana akun-akun buzzer di TikTok mampu meningkatkan elektabilitas pasangan tersebut hingga 47 persen, yang berkontribusi besar terhadap kemenangan mereka dalam Pemilihan Presiden 2024. Temuan penelitian ini mengungkap bahwa buzzer di TikTok memiliki peran signifikan dalam membentuk opini publik dengan menyebarkan narasi yang mendukung pasangan tertentu, sekaligus menyerang lawan politiknya. *Buzzer* ini dapat berupa individu atau kelompok yang menggunakan platform TikTok untuk tujuan promosi politik, baik atas dasar motivasi pribadi maupun bayaran. Karakteristik utama akun *buzzer* meliputi

anonimitas, penggunaan hashtag yang seragam karena sering kali berasal dari satu *vendor*, serta gaya komunikasi yang persuasif dan masif.

Fenomena buzzer di TikTok menunjukkan bahwa masyarakat dituntut untuk lebih kritis dalam memilah informasi yang mereka konsumsi. Literasi digital menjadi aspek penting agar pengguna media sosial dapat membedakan antara informasi yang kredibel dan narasi yang bersifat propaganda. Dalam banyak kasus, buzzer tidak hanya mempromosikan kandidat tertentu, tetapi juga menyerang lawan politik dengan narasi yang dapat menggiring opini publik. Oleh karena itu, kemampuan masyarakat dalam memahami berbagai sudut pandang serta melakukan verifikasi terhadap informasi yang mereka terima sangat diperlukan untuk menghindari jebakan opini yang bias.

Fenomena ini juga dapat dijelaskan melalui konsep *network society* yang dikemukakan oleh Manuel Castells dalam bukunya *The Rise of The Network Society* (Castells, 2010). Konsep ini merujuk pada sebuah tipe masyarakat yang aktivitas sosial, ekonomi, dan politiknya didukung oleh teknologi informasi dan komunikasi. TikTok sebagai salah satu bentuk *network society* telah memenuhi kriteria utama yang dijelaskan Castells, di mana interaksi sosial dan politik dalam *platform* ini sangat dipengaruhi oleh *algoritma digital*, jaringan media, serta peran aktor-aktor *digital* seperti *buzzer* yang mampu membentuk persepsi publik secara instan dan luas. Dengan kata lain, dalam *era network society*, dinamika politik tidak lagi hanya ditentukan oleh komunikasi konvensional, tetapi juga oleh kekuatan aktor digital yang beroperasi dalam ekosistem media sosial.

Masyarakat jaringan di media sosial TikTok telah memenuhi berbagai kriteria yang dijelaskan dalam konsep *Network Society* yang dikemukakan oleh Manuel Castells. Dalam konteks Pemilu 2024, fenomena komunikasi politik *digital* menunjukkan bagaimana *platform* media sosial seperti TikTok menjadi ruang interaksi dan diskusi yang dinamis, di mana informasi, opini, dan propaganda tersebar dengan cepat dan luas. Berikut adalah analisis mendalam mengenai bagaimana elemen-elemen masyarakat jaringan ini terlihat dalam dinamika Pemilu 2024 di TikTok.

Salah satu karakteristik utama masyarakat jaringan adalah **keterhubungan** yang tinggi melalui infrastruktur digital seperti internet, memungkinkan arus



informasi yang sangat cepat dan luas. Dalam konteks Pemilu 2024, masyarakat Indonesia memanfaatkan TikTok sebagai platform utama untuk mencari informasi tentang kandidat yang mereka dukung maupun untuk mendiskusikan kandidat lainnya. Interaksi ini terjadi dalam berbagai bentuk, mulai dari unggahan video, komentar, hingga *live streaming*, yang memperlihatkan bagaimana teknologi digital memungkinkan komunikasi politik berlangsung secara real-time. Contohnya, pernyataan seperti "cuma Anies yang nggak melanjutkan program Jokowi" dari akun Kabarsingaraja mencerminkan opini yang berkembang mengenai kesinambungan kebijakan pemerintahan sebelumnya. Sementara itu, akun Furaaa25 yang menyatakan bahwa "*Pak Prabowo makan siang untuk ibu hamil dan anak itu sangat berharga*" menunjukkan bagaimana isu kesejahteraan sosial menjadi topik diskusi yang signifikan. Adapun komentar dari Runningtext\_tegal mengenai strategi Ganjar dalam menarik suara dari kalangan guru memperlihatkan bagaimana pengguna TikTok aktif mendiskusikan basis pemilih dan strategi politik para kandidat. Keterhubungan ini menunjukkan bahwa media sosial telah menciptakan ruang diskusi yang lebih interaktif dibandingkan dengan komunikasi politik tradisional yang cenderung satu arah.

Ciri lain dari masyarakat jaringan adalah **akselerasi informasi**, yaitu percepatan penyebaran informasi melalui jaringan komunikasi digital. Dalam Pemilu 2024, informasi politik di TikTok menyebar dengan cepat melalui berbagai bentuk konten, mulai dari video singkat, *live streaming*, hingga komentar yang viral. Hashtag seperti #Pemilu2024 menjadi medium utama dalam mendistribusikan informasi, baik yang bersifat edukatif, opini pribadi, maupun propaganda politik. Kecepatan penyebaran informasi ini menegaskan bahwa di era *Network Society*, informasi tidak lagi hanya dimonopoli oleh media konvensional, tetapi telah tersebar luas melalui platform digital yang memungkinkan partisipasi aktif dari berbagai pihak. Namun, percepatan informasi ini juga menimbulkan tantangan baru, yakni meningkatnya risiko penyebaran hoaks dan disinformasi, yang dapat membentuk opini publik secara tidak akurat. Dengan demikian, akselerasi informasi ini menjadi faktor utama dalam memahami bagaimana persepsi politik masyarakat dapat berubah dengan cepat dalam hitungan jam atau bahkan menit.

Selain itu, teknologi informasi dalam masyarakat jaringan juga berperan dalam menciptakan **perubahan sosial dan ekonomi**, termasuk dalam dinamika politik. TikTok sebagai bagian dari masyarakat jaringan telah membentuk ekosistem di mana pengguna tidak hanya berperan sebagai konsumen informasi, tetapi juga sebagai produsen konten politik. Interaksi sosial di TikTok tidak sekadar menyukai atau berbagi konten, tetapi juga menciptakan dialog aktif melalui komentar dan balasan yang memperkuat atau mempertanyakan suatu argumen. Misalnya, dalam perdebatan mengenai realisasi janji kampanye, komentar seperti "amin cenderung bisa direalisasikan" dari akun Aqilyourbae direspons oleh Callmeurgal dengan skeptisisme: "sekolah gratis selama tahun tidak ada yang gak mungkin tapi terlihat mustahilnya". Perdebatan ini menunjukkan bagaimana teknologi telah mengubah pola komunikasi politik dari sekadar konsumsi informasi menjadi interaksi yang lebih dinamis dan argumentatif. Fenomena ini mencerminkan bagaimana politik menjadi semakin partisipatif, di mana masyarakat memiliki ruang untuk berdiskusi dan bahkan mempengaruhi wacana publik secara lebih luas dibandingkan sebelumnya.

Lebih jauh, konsep **transformasi** dalam masyarakat jaringan juga terlihat dalam bagaimana politik, budaya, dan hubungan sosial berubah akibat teknologi digital. Media sosial tidak hanya menjadi arena kampanye politik, tetapi juga ruang bagi masyarakat untuk menilai dan mengkritisi kebijakan secara langsung. Komentar seperti "gimana masyarakat mau beralih ke transportasi umum untuk mengurangi macet lha wong BBM malah disubsidi besar buat motor" dari akun D\_kay11 menunjukkan kritik terhadap kebijakan pemerintah yang dianggap kontraproduktif. Sementara itu, Besarka mengomentari kebijakan kenaikan gaji ASN dan honorer dengan perspektif bahwa kenaikan gaji tidak selalu solutif, terutama jika dibandingkan dengan kebutuhan guru honorer yang dinilai lebih mendesak. Hal ini menunjukkan bahwa media sosial telah menciptakan ruang baru di mana kebijakan dapat didiskusikan secara lebih terbuka dan langsung dengan masyarakat, memberikan peluang bagi warga untuk mengekspresikan harapan dan tuntutan mereka terhadap pemerintah.

Salah satu aspek penting dalam masyarakat jaringan adalah **fleksibilitas**, di mana individu dan organisasi dapat dengan mudah beradaptasi dengan perubahan

teknologi dan dinamika informasi. Dalam Pemilu 2024, fleksibilitas ini terlihat dalam cara kandidat dan tim kampanye mereka menyesuaikan strategi komunikasi dengan tren yang berkembang di media sosial. Pengguna TikTok juga menunjukkan fleksibilitas dalam cara mereka menafsirkan isu politik. Misalnya, akun Penduduk024 menyatakan bahwa "dilihat yang siap dari segi posisi program pemikiran bangsa hanya Prabowo", sementara Alvischonoy mengaitkan kampanye Prabowo dengan kepemilikan lahan di IKN, menunjukkan bagaimana masyarakat menghubungkan informasi ekonomi dengan keputusan politik mereka. Selain itu, isu konektivitas digital juga menjadi perhatian dalam pemilu ini, seperti yang diungkapkan oleh 10matryoshka yang bertanya tentang kapan koneksi internet akan merata. Fleksibilitas dalam diskusi politik ini menunjukkan bagaimana masyarakat jaringan memiliki cara berpikir yang lebih dinamis dalam menanggapi berbagai isu.

Selain itu, **partisipasi aktif** dalam masyarakat jaringan menjadi faktor utama yang mengubah komunikasi politik. Individu kini memiliki peran yang lebih besar dalam berbagai aspek sosial dan politik melalui media sosial. Pemilu 2024 menunjukkan bahwa TikTok menjadi wadah utama bagi partisipasi politik digital. Tidak hanya sebagai ruang penyebaran informasi, tetapi juga sebagai platform di mana pengguna dapat mengekspresikan dukungan, kritik, dan harapan mereka terhadap para kandidat. Komentar seperti "Cak Imin punya cita-cita penduduk Indonesia dari juta jadi miliar manusia selama jadi presiden" dari akun @Indonesiaasli menunjukkan bagaimana netizen menanggapi isu kebijakan dengan perspektif yang beragam. Sementara itu, komentar seperti "Sebagai ASN yang merantau ke luar pulau dan biaya tiket pesawat mahal, all in Prabowo" dari @Purelily\_ menunjukkan bagaimana keputusan politik individu sering kali dipengaruhi oleh kepentingan pribadi dan pengalaman hidup mereka. Partisipasi aktif ini menunjukkan bahwa media sosial tidak hanya menjadi alat kampanye, tetapi juga ruang bagi warga untuk mendiskusikan kebijakan dan dampaknya secara langsung.

Dengan demikian, dalam konteks *Network Society* yang dijelaskan oleh Manuel Castells, fenomena yang terjadi di TikTok selama Pemilu 2024 mencerminkan bagaimana media sosial telah menjadi ruang utama bagi

masyarakat untuk berinteraksi, berbagi informasi, dan membentuk opini politik. TikTok sebagai platform berbasis algoritma telah mengubah cara masyarakat memahami dan merespons politik, menciptakan ekosistem informasi yang lebih demokratis tetapi juga rentan terhadap disinformasi dan propaganda. Dengan keterhubungan yang tinggi, percepatan informasi, serta partisipasi aktif masyarakat, Pemilu 2024 menjadi contoh nyata bagaimana politik digital di era *Network Society* berperan dalam membentuk arah demokrasi dan dinamika elektoral di Indonesia.

Dalam konteks *Network Society* yang dijelaskan oleh Manuel Castells, seluruh fenomena ini mencerminkan bagaimana media sosial telah menjadi ruang utama bagi masyarakat untuk berinteraksi, berbagi informasi, dan membentuk opini politik. TikTok sebagai *platform* berbasis algoritma telah mengubah cara masyarakat memahami dan merespons politik, menciptakan ekosistem informasi yang lebih demokratis tetapi juga rentan terhadap disinformasi dan propaganda. Dengan keterhubungan yang tinggi, percepatan informasi, serta partisipasi aktif masyarakat, Pemilu 2024 menjadi contoh nyata bagaimana politik digital di *era Network Society* berperan dalam membentuk arah demokrasi dan dinamika elektoral.

#### **4.1.5 Pengaruh Hoaks terhadap Opini Publik dan Delegitimasi Pemilu 2024**

Hoaks memainkan peran signifikan dalam membentuk opini publik dan berpotensi mendelegitimasi penyelenggara Pemilu 2024 melalui penyebaran informasi yang bersifat manipulatif. Berdasarkan hasil analisis jaringan komunikasi, hoaks yang tersebar dalam diskusi digital tidak hanya berisi informasi palsu, tetapi juga dirancang untuk memperkuat polarisasi politik. Dengan menggunakan pendekatan analisis sentimen berbasis Naïve Bayes dan analisis jaringan komunikasi melalui Gephi, penelitian ini mengungkap bahwa narasi hoaks cenderung terfragmentasi dalam beberapa cluster tematik, dengan topik dominan terkait kebijakan ekonomi, subsidi, dan janji politik kandidat. Penyebaran hoaks ini sejalan dengan teori efek media (Mc Quail, 2020) yang menyatakan bahwa media sosial memiliki kemampuan untuk membentuk persepsi publik secara instan, terutama dalam konteks isu-isu politik yang sensitive.

Hasil analisis menunjukkan bahwa hoaks yang beredar di TikTok dengan hashtag #Pemilu2024 mayoritas berbentuk *fabricated content* (konten yang sepenuhnya dimanipulasi) dan *false connection* (koneksi yang salah antara informasi dan fakta). Bentuk hoaks ini berfungsi sebagai alat untuk membangun narasi negatif terhadap kandidat tertentu serta mendiskreditkan lembaga penyelenggara pemilu. Sentralitas tinggi pada kata-kata seperti "Prabowo", "gaji", dan "dana desa" dalam jaringan komunikasi menunjukkan bahwa hoaks memanfaatkan isu-isu ekonomi untuk memengaruhi opini publik secara emosional. Hal ini sejalan dengan teori agenda-setting (McCombs & Shaw, 1972) yang menjelaskan bagaimana isu-isu yang dominan dalam media dapat mempengaruhi persepsi publik terhadap suatu peristiwa atau institusi.

Penelitian ini untuk mengungkap tidak hanya pola penyebaran hoaks secara kuantitatif, tetapi juga bagaimana narasi hoaks dikonstruksi dalam diskusi publik. Pada tahap pertama, analisis kuantitatif dengan algoritma Naïve Bayes mengkategorikan sentimen komentar menjadi positif, negatif, dan netral. Hasilnya menunjukkan bahwa 30,68% komentar bersentimen negatif, dengan sebagian besar mengandung hoaks atau disinformasi yang menyerang kandidat tertentu maupun lembaga penyelenggara pemilu. Tahap selanjutnya menggunakan analisis jaringan komunikasi untuk memetakan struktur penyebaran hoaks, dan menemukan bahwa hoaks tidak tersebar secara acak, tetapi mengikuti pola komunikasi berbasis kelompok. Konsep ini relevan dengan teori *social network analysis* (Scott, 2000) yang menekankan bahwa dalam jaringan sosial, informasi menyebar lebih cepat dalam kelompok yang memiliki kepentingan atau pandangan politik yang sama.

Penyebaran hoaks yang masif dalam Pemilu 2024 tidak hanya membentuk opini publik, tetapi juga berkontribusi pada delegitimasi penyelenggara pemilu dengan memanfaatkan karakteristik masyarakat jaringan (*network society*), sebagaimana dijelaskan oleh Manuel Castells dalam *The Rise of the Network Society* (Castells, 2010). Dalam masyarakat yang semakin terkoneksi melalui teknologi digital, media sosial menjadi ruang utama bagi individu dan kelompok untuk membangun narasi politik. Castells menekankan bahwa informasi dalam masyarakat jaringan tidak lagi tersentralisasi, melainkan menyebar secara

horizontal melalui berbagai platform digital, yang memungkinkan hoaks untuk dengan cepat berkembang dan mendapatkan legitimasi sosial.

Dalam konteks ini, hoaks terkait kecurangan pemilu atau ketidaknetralan penyelenggara pemilu dapat dengan mudah menyebar melalui jaringan komunikasi yang terdesentralisasi, di mana informasi yang tidak diverifikasi dapat menyebar luas tanpa melalui otoritas informasi resmi. Konsep ini sejalan dengan teori efek media dan spiral of silence (Neumann, 1974), di mana individu yang terpapar narasi negatif secara terus-menerus cenderung mengikuti opini yang dominan, bahkan jika informasi tersebut tidak berbasis fakta. Castells juga menyoroti bahwa dalam masyarakat jaringan, persepsi publik lebih dipengaruhi oleh konstruksi realitas dalam ruang digital daripada oleh fakta objektif, yang menyebabkan hoaks dapat menggeser kepercayaan publik terhadap institusi resmi (Castells, 2010).

Secara keseluruhan, dengan memahami dampak hoaks dalam konteks *network society*, dapat disimpulkan bahwa tantangan utama dalam menangkal delegitimasi penyelenggara pemilu bukan hanya soal verifikasi fakta, tetapi juga bagaimana membangun strategi komunikasi yang efektif di dalam ekosistem digital yang sangat dinamis. Oleh karena itu, penyelenggara pemilu perlu mengadopsi strategi literasi digital dan penguatan narasi berbasis fakta yang mampu bersaing dengan penyebaran hoaks dalam jaringan informasi yang terdesentralisasi. Penelitian ini menemukan bahwa hoaks dalam Pemilu 2024 memiliki efek yang luas dalam membentuk persepsi publik dan mendelegitimasi penyelenggara pemilu melalui penyebaran informasi yang terorganisir dan emosional. Dengan memahami pola penyebaran dan karakteristik hoaks menggunakan analisis jaringan komunikasi, penelitian ini menegaskan bahwa mitigasi hoaks tidak hanya memerlukan upaya penghapusan konten, tetapi juga peningkatan literasi digital dan transparansi informasi oleh penyelenggara pemilu. Oleh karena itu, strategi komunikasi politik yang efektif harus mempertimbangkan dinamika jaringan sosial untuk menangkal disinformasi dan menjaga legitimasi proses demokrasi.

#### 4.1.6 Strategi Meminimalisir Hoaks Pemilu di Aplikasi TikTok

Konsep ketahanan warga negara terhadap informasi yang salah atau palsu didasarkan pada sikap dan perilaku yang memungkinkan warga negara untuk menyadari adanya informasi yang salah, mengatasi masalah masalah, mengidentifikasi risiko dan dampak dari informasi yang salah dan mengembangkan kemampuan (Rodríguez-ferrándiz, 2023). Target serangan yang cenderung menjadi sasaran serangan yang akan dimanipulasi. Motivasi di balik berita yang menyesatkan adalah ditemukan sebagai hasrat, untuk mendapatkan uang, untuk politik atau untuk mendapatkan kekuasaan, untuk mengolok-olok sesuatu atau seseorang, atau untuk atau seseorang, atau untuk (salah) memberi informasi kepada khalayak (Pérez-Escolar et al., 2023; Yadav et al., 2024). *Misinformasi relative* menyerang anak muda (7,2%), orang tua dan penyandang disabilitas (1,2%), orang tua dan penyandang cacat (1,8%), tetapi penggunaan disabilitas masi juga dieksplorasi sebagai salah satu dari serangan terhadap target terhadap perempuan (3,3%) dan imigran (1,9%) tanpa pemeriksaan terhadap dampak aktual atau potensial (Pérez-Escolar et al., 2023).

Dalam upaya meminimalisir penyebaran hoaks, khususnya yang berkaitan dengan Pemilu 2024, terdapat berbagai strategi yang dapat dilakukan oleh pengguna TikTok. Salah satu langkah utama yang dapat diterapkan adalah pelaporan konten, akun, dan komentar yang mengandung informasi menyesatkan atau palsu. Pengguna TikTok memiliki peran penting dalam menangkal penyebaran hoaks dengan memanfaatkan fitur-fitur yang disediakan oleh platform ini untuk melaporkan konten yang tidak akurat.

Untuk melaporkan video yang terindikasi menyebarkan hoaks terkait pemilu, pengguna dapat mengikuti beberapa langkah sederhana. Pertama, pengguna perlu membuka aplikasi TikTok di perangkat mereka dan memilih ikon "*Bagikan*" yang dilambangkan dengan panah ke kanan pada *video* yang ingin dilaporkan. Setelah itu, mereka dapat memilih menu "*Laporkan*" yang dilambangkan dengan ikon bendera. Pada tahap selanjutnya, pengguna harus memilih kategori alasan "*Misinformation*" dan memilih subkategori "*Election Misinformation*". Setelah mengisi laporan dengan penjelasan singkat, pengguna dapat mengirimkan laporan dengan memilih "*Submit*". TikTok akan memberikan

notifikasi berupa pesan "Thanks for reporting", dan pengguna dapat memantau perkembangan laporan tersebut melalui menu "View your reports". Semua laporan yang telah dikirim akan tercatat dalam laman "Reports", di mana status penyikapan oleh TikTok terhadap laporan tersebut dapat dilihat.

Selain pelaporan terhadap video, pengguna juga dapat melaporkan akun yang secara aktif menyebarkan hoaks terkait Pemilu 2024. Proses ini dimulai dengan mencari profil akun yang dicurigai sebagai penyebar hoaks, lalu memilih ikon "*Bagikan*" yang berbentuk panah ke kanan. Selanjutnya, pengguna bisa memilih menu "Laporkan" dengan ikon bendera dan memilih opsi "*Report Account*" dalam laman "*Select a Reason*". Setelah itu, pengguna dapat memilih alasan spesifik, misalnya "*Other*", dan memberikan penjelasan singkat mengenai pelanggaran yang dilakukan sebelum akhirnya memilih "*Submit*". TikTok akan mengonfirmasi laporan tersebut dengan pesan "*Thanks for reporting*", dan pengguna dapat terus memantau perkembangan laporan melalui menu "*View your reports*". Semua laporan yang masuk akan dicatat dalam laman "*Reports*", di mana status tindak lanjut terhadap laporan tersebut dapat diakses oleh pengguna.

Selain video dan akun, komentar yang mengandung hoaks juga dapat dilaporkan dengan langkah-langkah yang cukup sederhana. Pengguna dapat membuka bagian komentar pada suatu video, kemudian menekan agak lama pada komentar yang dianggap mengandung informasi palsu. Setelah muncul pilihan, pengguna dapat memilih opsi "*Report*", kemudian memilih kategori "*Misinformation*" dan subkategori "*Election Misinformation*". Laporan tersebut kemudian dapat dilengkapi dengan penjelasan singkat sebelum akhirnya dikirimkan dengan menekan tombol "*Submit*". Setelah laporan dikirim, pengguna akan menerima pesan konfirmasi "*Thanks for reporting*", dan perkembangan laporan dapat dipantau melalui laman "*Reports*", di mana TikTok akan memberikan informasi mengenai tindakan yang telah diambil terhadap komentar yang dilaporkan.

Melalui langkah-langkah ini, pengguna TikTok dapat berperan aktif dalam memerangi penyebaran hoaks yang berpotensi mengganggu jalannya demokrasi dalam Pemilu 2024. Mekanisme yang disediakan oleh TikTok tidak hanya memudahkan pelaporan, tetapi juga memberikan transparansi dalam proses tindak



lanjut yang dilakukan oleh *platform* terhadap konten yang dilaporkan. Lebih dari itu, keterlibatan aktif pengguna dalam menangkal hoaks diharapkan dapat meningkatkan kesadaran kolektif mengenai pentingnya melakukan verifikasi informasi sebelum menyebarkannya kepada khalayak luas. Dengan demikian, upaya bersama dalam menangkal disinformasi dapat berkontribusi dalam menjaga integritas informasi di era digital serta memastikan bahwa masyarakat menerima informasi yang akurat dan dapat dipercaya selama proses pemilu berlangsung.

## 4.2 Pembahasan

TikTok telah berkembang menjadi salah satu *platform* media sosial paling berpengaruh dalam komunikasi politik selama Pemilu 2024. Keunggulan TikTok dalam menyebarkan informasi secara cepat dan interaktif melalui video pendek membuatnya menjadi ruang digital utama bagi masyarakat untuk mendiskusikan isu-isu politik. *Hashtag #Pemilu2024* menjadi wadah utama bagi pengguna untuk membagikan pendapat, mengomentari peristiwa politik, serta memperdebatkan berbagai kebijakan dan program dari kandidat yang bertarung dalam pemilu.

Namun, di balik tingginya interaksi digital ini, muncul fenomena penyebaran hoaks yang semakin masif. Hoaks, atau informasi palsu yang dibuat dengan tujuan menyesatkan, menjadi salah satu tantangan utama dalam menjaga kualitas diskusi politik di TikTok. Penyebaran informasi yang belum diverifikasi berisiko membentuk opini publik yang tidak akurat dan bahkan dapat berkontribusi pada delegitimasi proses demokrasi.

Untuk memahami bagaimana hoaks menyebar di TikTok, penelitian ini menggunakan analisis jaringan komunikasi dan analisis tematik. Melalui analisis ini, ditemukan bahwa hoaks dalam *#Pemilu2024* tidak hanya tersebar secara acak, tetapi memiliki pola komunikasi yang sistematis. Narasi yang berkembang dalam konten hoaks di TikTok sering kali dikaitkan dengan isu-isu sensitif yang menarik perhatian publik, seperti kebijakan ekonomi, pendidikan, dan kesejahteraan sosial.

Pola penyebaran hoaks dalam diskusi Pemilu 2024 di TikTok dapat dipahami melalui pendekatan analisis jaringan komunikasi, di mana setiap individu atau akun yang berpartisipasi membentuk sebuah jaringan komunikasi yang saling terhubung. Hubungan antar-akun dapat diidentifikasi melalui berbagai

interaksi, seperti komentar, duplikasi konten melalui fitur repost, stitch, duet, serta penggunaan hashtag yang sama. Mekanisme ini menciptakan ekosistem informasi yang memungkinkan hoaks menyebar secara luas dan cepat di dalam *platform*.

Dari hasil analisis, ditemukan bahwa penyebaran hoaks di TikTok terjadi dalam tiga tahap utama. Tahap pertama adalah inisiasi, yaitu fase di mana hoaks diproduksi dan pertama kali diunggah oleh akun tertentu yang memiliki motif politik atau keuntungan tertentu. Akun-akun ini dapat berupa akun anonim, akun pendukung kandidat, atau akun yang mengklaim sebagai media alternatif yang tidak memiliki otoritas jurnalistik resmi. Hoaks pada tahap ini biasanya muncul dalam bentuk *video* dengan narasi yang provokatif, klaim bombastis, atau penggiringan opini terhadap isu tertentu yang sedang ramai diperbincangkan. Konten yang dibuat sering kali berisi informasi yang belum terverifikasi, tetapi dikemas sedemikian rupa agar tampak kredibel dan menarik perhatian.

Tahap kedua adalah viralitas awal, di mana algoritma TikTok memainkan peran utama dalam menentukan apakah konten tersebut akan mendapatkan lebih banyak visibilitas atau tidak. Jika suatu *video* mendapatkan banyak komentar, tanda suka (*like*), atau dibagikan oleh pengguna lain, maka algoritma TikTok cenderung menampilkan konten tersebut ke lebih banyak pengguna melalui fitur *For You Page (FYP)*. Pada tahap ini, penyebaran hoaks semakin luas karena interaksi yang tinggi dengan konten tersebut meningkatkan kemungkinan muncul di beranda lebih banyak pengguna. Selain itu, sistem rekomendasi TikTok yang berbasis minat pengguna membuat informasi yang selaras dengan keyakinan audiens tertentu akan semakin sering ditampilkan kepada mereka, memperkuat efek pengulangan dan meningkatkan kepercayaan terhadap informasi yang disebarkan.

Tahap terakhir adalah penguatan dan duplikasi, yaitu fase di mana hoaks yang telah mencapai tingkat viralitas tinggi mulai direplikasi oleh pengguna lain. Pada tahap ini, hoaks tidak hanya dikomentari atau dibagikan, tetapi juga diunggah ulang dalam berbagai format, seperti stitch atau duet, yang memungkinkan pengguna lain untuk menambahkan pendapat atau reaksi mereka terhadap informasi yang sudah ada. Hal ini menciptakan efek pengulangan (*echo chamber*), di mana narasi yang sama terus menerus diproduksi ulang, sehingga

meningkatkan persepsi publik bahwa informasi tersebut adalah kebenaran. Komentar yang mendukung narasi yang sudah ada juga memperkuat efek ini, mengaburkan batas antara fakta dan disinformasi.

Dari hasil visualisasi jaringan digunakan untuk menggambarkan bagaimana kata-kata kunci dan tema utama saling terhubung satu sama lain, membentuk pola komunikasi yang merefleksikan dinamika diskusi pemilu di TikTok. Hal ini didasarkan pada teori komunikasi jaringan (*network communication theory*), di mana interaksi dalam dunia *digital* dapat dipetakan sebagai sebuah struktur yang terdiri dari *node* (simpul) yang merepresentasikan entitas atau konsep, serta *ties* (hubungan) yang menggambarkan keterhubungan antar elemen tersebut. Dengan memahami hubungan antara elemen-elemen ini, kita dapat mengidentifikasi pusat penyebaran informasi, aktor yang memiliki pengaruh besar dalam komunikasi, serta bagaimana pola komunikasi ini dapat digunakan untuk menyebarkan informasi—baik yang bersifat akurat maupun hoaks.

Dalam konteks ini, terdapat beberapa elemen penting yang dianalisis untuk memahami dinamika jaringan komunikasi terkait Pemilu 2024 di TikTok. Sentralitas (*centrality*) menjadi salah satu metrik utama dalam analisis jaringan komunikasi, yang digunakan untuk menentukan elemen mana yang memiliki pengaruh terbesar dalam jaringan komunikasi. Node yang memiliki nilai sentralitas tinggi cenderung menjadi titik utama dalam penyebaran informasi. Hasil visualisasi jaringan menunjukkan bahwa kata-kata seperti "Prabowo," "gaji," dan "dana desa" memiliki tingkat sentralitas yang tinggi, yang berarti bahwa isu-isu ini menjadi topik dominan dalam diskusi publik. Sentralitas tinggi pada node "Prabowo" mengindikasikan bahwa topik yang berkaitan dengan kandidat ini sering muncul dalam percakapan dan menjadi penghubung antara tema lain, seperti "gaji" dan "subsidi." Dengan kata lain, nama kandidat ini tidak hanya menjadi perbincangan utama, tetapi juga menjadi pusat informasi yang memungkinkan berbagai topik lain saling terhubung.

Selain sentralitas, *betweenness centrality* digunakan untuk mengidentifikasi elemen-elemen yang berperan sebagai penghubung (*bridge*) antara cluster atau kelompok diskusi yang berbeda. Dalam jaringan komunikasi di TikTok, *betweenness centrality* memungkinkan kita untuk mengetahui elemen-elemen

mana yang bertindak sebagai perantara utama dalam penyebaran informasi. Dalam hal ini, *node "gaji"* dan *"dana desa"* memiliki nilai *betweenness* yang tinggi, yang menunjukkan bahwa topik ini sering menjadi jembatan antara berbagai diskusi di TikTok. Dengan kata lain, diskusi terkait kebijakan ekonomi dan subsidi dalam Pemilu 2024 tidak berjalan secara terisolasi, tetapi saling terhubung melalui isu-isu strategis yang menjadi perhatian utama masyarakat.

Selain itu, *closeness centrality* digunakan untuk mengukur seberapa cepat suatu informasi dapat menyebar dalam jaringan. Node dengan nilai *closeness* tinggi memiliki akses yang lebih cepat ke berbagai elemen dalam jaringan, sehingga informasi dapat menyebar dengan lebih efisien. Dalam konteks penelitian ini, kata-kata kunci seperti *"Prabowo," "subsidi,"* dan *"gaji"* memiliki nilai *closeness* yang tinggi, yang menunjukkan bahwa diskusi mengenai isu-isu ini dapat dengan cepat menjangkau berbagai kelompok dalam jaringan komunikasi TikTok. Efisiensi penyebaran informasi ini juga berimplikasi pada penyebaran hoaks, di mana informasi yang salah dapat dengan cepat diterima oleh banyak orang tanpa verifikasi yang memadai.

Diameter jaringan juga menjadi aspek penting dalam memahami pola penyebaran informasi. *Diameter* mengukur jarak maksimum antara dua node terjauh dalam jaringan, yang menunjukkan tingkat keterhubungan jaringan secara keseluruhan. Hasil analisis menunjukkan bahwa diameter jaringan komunikasi di TikTok relatif kecil, yang berarti bahwa informasi dapat menyebar dengan sangat cepat dalam jaringan. Hal ini berkontribusi pada percepatan penyebaran hoaks, karena informasi dapat menjangkau berbagai kelompok dengan hanya beberapa langkah interaksi.

Selain itu, *reciprocitas* dalam jaringan menunjukkan sejauh mana interaksi antara elemen-elemen dalam jaringan bersifat timbal balik. Tingginya tingkat *reciprocitas* dalam diskusi Pemilu 2024 menunjukkan bahwa diskusi tidak hanya bersifat satu arah, tetapi juga melibatkan respons aktif dari berbagai pihak. Misalnya, diskusi mengenai kebijakan ekonomi seperti subsidi dan gaji guru sering kali mendapatkan respons berupa perdebatan yang intens, baik dari pendukung maupun pihak yang skeptis terhadap kebijakan tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa TikTok menjadi ruang diskusi politik yang dinamis, di mana

masyarakat dapat berinteraksi secara langsung dengan berbagai narasi yang berkembang.

Dari segi analisis *cluster*, jaringan komunikasi di TikTok menunjukkan bahwa diskusi terkait Pemilu 2024 terstruktur ke dalam beberapa kelompok tematik yang saling berhubungan. Misalnya, cluster utama dalam jaringan ini adalah diskusi mengenai kebijakan ekonomi dan kesejahteraan sosial, di mana kata-kata seperti "gaji," "subsidi," dan "dana desa" menjadi elemen utama dalam percakapan. Cluster lainnya berfokus pada kandidat tertentu, terutama Prabowo, yang namanya sering dikaitkan dengan berbagai kebijakan yang menjadi perhatian publik. Struktur cluster ini mencerminkan bahwa diskusi di TikTok tidak bersifat acak, tetapi mengikuti pola komunikasi yang sistematis, di mana tema-tema tertentu mendominasi perbincangan dan menjadi titik utama dalam penyebaran informasi.

Analisis ties dalam jaringan ini juga memberikan wawasan yang lebih dalam mengenai hubungan antara berbagai elemen dalam diskusi Pemilu 2024. Hubungan antara kata-kata seperti "gaji" dan "ASN," "dana desa" dan "subsidi," serta "Prabowo" dan "visi" menunjukkan bahwa isu-isu ini saling terkait dan membentuk struktur komunikasi yang kompleks. Hal ini juga mengindikasikan bahwa hoaks dapat dengan mudah menyebar melalui hubungan-hubungan ini, terutama jika suatu isu memiliki daya tarik emosional yang tinggi bagi masyarakat.

Dalam penelitian ini, pendekatan analisis jaringan komunikasi diterapkan untuk memahami pola hubungan antar elemen dalam konteks Pemilu 2024, khususnya pada media sosial TikTok. Penggunaan perangkat lunak Gephi sebagai alat visualisasi dan analisis memungkinkan identifikasi metrik jaringan seperti sentralitas, *cluster*, dan pola interaksi. Visualisasi jaringan menunjukkan bahwa informasi yang berkaitan dengan Pemilu 2024 memiliki struktur komunikasi yang kompleks, dengan beberapa tema utama yang mendominasi perbincangan publik. Dari hasil analisis, dapat disimpulkan bahwa penyebaran hoaks dalam Pemilu 2024 tidak terjadi secara acak, tetapi mengikuti pola komunikasi yang sistematis. Informasi yang salah dengan cepat menyebar melalui kata-kata kunci yang

memiliki tingkat keterhubungan tinggi, sehingga mempercepat penyebaran hoaks dalam ruang digital TikTok.

Secara keseluruhan, analisis jaringan komunikasi ini memberikan pemahaman yang lebih dalam tentang bagaimana informasi baik yang faktual maupun yang bersifat hoaks dapat menyebar di media sosial selama Pemilu 2024. Dengan memahami pola komunikasi ini, kita dapat mengidentifikasi strategi yang lebih efektif dalam menangkal hoaks, seperti meningkatkan literasi *digital* masyarakat, memperkuat algoritma deteksi misinformasi, dan memperkuat transparansi informasi dari pihak penyelenggara pemilu. TikTok, sebagai *platform digital* dengan pengaruh besar dalam komunikasi politik, perlu mengambil langkah proaktif dalam mengurangi penyebaran hoaks dan memastikan bahwa diskusi yang terjadi di dalamnya tetap berbasis pada informasi yang akurat dan dapat dipertanggungjawabkan.

Dalam jaringan komunikasi di TikTok, konsep sentralitas berperan penting dalam menentukan seberapa cepat suatu informasi dapat menyebar di dalam platform. Salah satu indikator yang digunakan dalam analisis ini adalah *betweenness centrality*, yang membantu mengidentifikasi akun atau kata kunci yang berfungsi sebagai "*jembatan*" dalam jaringan komunikasi. Kata-kata atau akun yang memiliki nilai *betweenness centrality* tinggi sering kali menjadi penghubung antara berbagai tema diskusi atau kelompok *audiens* yang berbeda. Dengan kata lain, semakin tinggi nilai *betweenness centrality* suatu kata atau akun, semakin besar pengaruhnya dalam menyebarkan informasi, termasuk hoaks.

Dari hasil analisis, ditemukan bahwa hoaks dalam Pemilu 2024 tidak hanya disebarkan oleh akun-akun anonim atau kecil, tetapi juga sering diperkuat oleh akun yang memiliki jumlah pengikut besar. Beberapa akun dengan audiens luas memainkan peran sebagai "*penguat*" (*amplifier*), yang mempercepat penyebaran hoaks dengan memberikan legitimasi tambahan terhadap informasi yang disebarkan. Akun-akun ini bisa berupa influencer politik, kreator konten yang aktif membahas isu politik, atau bahkan akun yang secara sengaja digunakan untuk menyebarkan propaganda tertentu. Ketika akun-akun ini mengomentari atau mengunggah ulang informasi yang menyesatkan, jangkauan hoaks menjadi lebih luas dan semakin sulit untuk dikendalikan.

Selain itu, efek penguatan ini juga diperkuat oleh pola interaksi pengguna di TikTok, di mana pengguna cenderung berinteraksi lebih banyak dengan informasi yang memicu emosi, seperti kemarahan, kecemasan, atau ketakutan. Algoritma TikTok yang mengutamakan keterlibatan tinggi membuat konten yang memicu reaksi emosional lebih mungkin untuk muncul di FYP dibandingkan dengan konten yang lebih netral atau berbasis fakta. Hal ini menjelaskan mengapa hoaks yang memiliki narasi kontroversial lebih cepat menyebar dibandingkan dengan klarifikasi atau cek fakta dari sumber terpercaya.

Dengan demikian, pola penyebaran hoaks di TikTok tidak hanya bergantung pada produksi konten yang menyesatkan, tetapi juga dipengaruhi oleh struktur jaringan komunikasi yang terbentuk dari interaksi antar pengguna. Penyebaran hoaks tidak terjadi secara acak, melainkan mengikuti pola komunikasi yang sistematis, di mana akun-akun dengan pengaruh besar, *algoritma platform*, dan partisipasi aktif pengguna berperan dalam mempercepat laju disinformasi. Untuk memitigasi dampak negatif dari fenomena ini, diperlukan strategi yang komprehensif dalam menangani hoaks, termasuk peningkatan literasi *digital*, penguatan algoritma deteksi konten misinformasi, serta kolaborasi antara *platform* media sosial dan penyelenggara pemilu dalam menyediakan informasi yang akurat dan dapat dipercaya.

Untuk memahami bagaimana narasi hoaks terbentuk dalam diskusi di TikTok, penelitian ini menggunakan analisis tematik dengan pendekatan klasifikasi tema berdasarkan *Open Coding*, *Axial Coding*, dan *Theme*. Pendekatan ini berfungsi untuk mengidentifikasi pola komunikasi yang berkembang di media sosial dan bagaimana sebuah informasi, termasuk hoaks, dikonstruksi dalam ekosistem digital. Dengan menerapkan *Topic Modelling*, data yang tidak terstruktur, seperti komentar atau postingan media sosial, dapat diringkas ke dalam beberapa kategori tematik yang memberikan wawasan lebih dalam terkait isu yang sedang dibahas masyarakat. Pendekatan ini tidak hanya membantu dalam memahami pola persebaran hoaks tetapi juga mengungkap bagaimana audiens TikTok berinteraksi dengan narasi yang muncul dalam ruang diskusi digital.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa tema utama yang muncul dalam penyebaran hoaks di TikTok selama Pemilu 2024 terdiri dari beberapa kategori,

dengan **calon presiden** sebagai isu yang paling sering diperbincangkan. Nama Prabowo menjadi topik dominan dalam banyak komentar, terutama yang terkait dengan kebijakan, janji kampanye, serta klaim-klaim yang tidak terverifikasi. Kandidat ini sering menjadi subjek hoaks yang disebar untuk mendukung atau melemahkan elektabilitasnya. Fenomena ini mengindikasikan bahwa semakin besar eksposur seorang kandidat di media sosial, semakin tinggi pula kemungkinan namanya digunakan dalam narasi hoaks yang berkembang.

Selain itu, **tema keuangan** juga sangat dominan dalam percakapan terkait Pemilu 2024. Berbagai isu yang berkaitan dengan gaji guru, tunjangan, dana desa, dan subsidi menjadi topik utama dalam diskusi. Hoaks yang beredar sering kali memanipulasi janji kenaikan gaji Aparatur Sipil Negara (ASN) dan bantuan sosial untuk membentuk opini publik yang menguntungkan atau merugikan pihak tertentu. Misalnya, beberapa hoaks mengklaim bahwa salah satu kandidat berjanji untuk menaikkan gaji guru sebesar dua kali lipat tanpa adanya kebijakan konkret yang mendukung klaim tersebut. Penyebaran hoaks semacam ini cenderung menarik perhatian audiens yang memiliki kepentingan langsung terhadap kebijakan ekonomi dan kesejahteraan sosial.

Dalam diskusi publik di TikTok, **tema pemikiran** juga muncul sebagai elemen yang membentuk narasi politik, di mana pengguna sering menggunakan frasa seperti "paling masuk akal" untuk menilai kebijakan atau janji politik tertentu. Frasa ini sering kali digunakan dalam konteks membandingkan program politik yang ditawarkan oleh berbagai kandidat. Namun, hoaks yang berkembang sering kali menggunakan pola komunikasi yang serupa untuk mengemas informasi menyesatkan sebagai sesuatu yang tampak logis dan dapat diterima secara rasional oleh audiens. Hal ini menunjukkan bahwa aspek psikologis dalam komunikasi politik memiliki peran penting dalam penyebaran disinformasi, di mana pengguna lebih cenderung menerima informasi yang sesuai dengan preferensi dan kepercayaan mereka.

Isu **makanan** juga muncul dalam diskusi terkait Pemilu 2024, terutama melalui narasi tentang program "susu gratis" yang dijanjikan oleh beberapa kandidat. Hoaks berkembang dengan cara memanipulasi janji ini, mengubahnya menjadi klaim yang berlebihan dan belum terbukti secara faktual. Penyebaran



informasi semacam ini sering kali bertujuan untuk membangun ekspektasi publik yang tidak realistis, sehingga dapat menciptakan kekecewaan jika kebijakan tersebut tidak dapat direalisasikan setelah pemilu. Selain itu, hoaks mengenai **pendidikan** juga menjadi bagian penting dalam narasi yang tersebar di TikTok, terutama mengenai kebijakan "*sekolah gratis*." Dalam beberapa hoaks, janji pendidikan gratis dikemas dalam bentuk yang dilebih-lebihkan sehingga menimbulkan harapan yang tidak sesuai dengan kebijakan yang sebenarnya dirancang oleh kandidat.

Dalam analisis lebih lanjut, ditemukan bahwa kata "*Prabowo*" menjadi salah satu kata kunci dengan tingkat sentralitas tinggi dalam jaringan komunikasi yang terbentuk selama diskusi Pemilu 2024 di TikTok. Kata ini dikategorikan dalam tema **Calon Presiden** karena memiliki relevansi kuat dengan proses elektoral dan preferensi pemilih. Nama Prabowo sering muncul dalam konteks dukungan maupun kritik, serta menjadi pusat dalam berbagai diskusi mengenai kebijakan dan kampanye politik. Analisis ini menunjukkan bahwa nama kandidat memiliki pengaruh besar dalam membentuk opini publik dan dapat digunakan sebagai alat dalam penyebaran hoaks yang mendukung atau menyerang seorang tokoh politik.

Topik "Gaji Guru" termasuk dalam tema **Keuangan**, karena membahas isu kesejahteraan tenaga pendidik yang berhubungan langsung dengan kebijakan anggaran negara. Dalam berbagai diskusi publik, gaji guru sering menjadi bahan perdebatan, terutama dalam konteks apakah pemerintah telah memberikan kompensasi yang layak kepada tenaga pendidik. Hal ini memperlihatkan bagaimana isu ekonomi berperan penting dalam dinamika politik dan kebijakan. Selain itu, frasa "**Paling Masuk Akal**" dikategorikan dalam tema **Pemikiran**, karena mencerminkan bagaimana masyarakat mengevaluasi kebijakan atau kandidat dalam kontestasi politik. Istilah ini sering digunakan untuk menilai apakah suatu program yang dijanjikan oleh kandidat memiliki logika yang kuat dan dapat direalisasikan. Oleh karena itu, tema ini berhubungan erat dengan opini publik, persepsi, dan cara berpikir kritis dalam menanggapi kampanye politik.

Dalam konteks kebijakan sosial, "Susu Gratis" dikategorikan dalam tema **Makanan**, karena program ini umumnya ditujukan untuk mendukung gizi anak-

anak dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Kebijakan ini sering muncul dalam kampanye politik sebagai janji untuk meningkatkan kesehatan generasi muda, yang menunjukkan keterkaitan erat antara politik dan kebijakan sosial. Topik "**Sekolah Gratis**" masuk dalam tema **Pendidikan** karena berkaitan dengan akses terhadap pendidikan tanpa beban biaya bagi masyarakat. Program pendidikan gratis menjadi salah satu fokus utama dalam kebijakan pemerintah untuk memastikan pemerataan kesempatan belajar. Oleh karena itu, diskusi mengenai sekolah gratis menunjukkan perhatian publik terhadap kebijakan yang bertujuan meningkatkan kualitas sumber daya manusia melalui pendidikan.

Isu "**Honorier**" juga termasuk dalam tema **Keuangan**, mengingat pegawai honorer sering kali mendapatkan gaji yang lebih rendah dibandingkan pegawai negeri tetap. Dalam perdebatan publik, kesejahteraan tenaga honorer menjadi salah satu isu utama, terutama terkait dengan desakan untuk meningkatkan standar gaji dan pengakuan legal terhadap status mereka. Selain itu, pembahasan mengenai "**Menaikkan Dana Desa**" juga masuk dalam tema **Keuangan**, karena berhubungan dengan distribusi anggaran dari pemerintah pusat ke daerah. Dana desa memiliki dampak langsung terhadap pembangunan daerah dan kesejahteraan masyarakat desa. Oleh karena itu, diskusi tentang peningkatan dana desa sering kali mencerminkan harapan masyarakat terhadap pemerataan pembangunan.

Topik "**Naikin Gaji**" jelas merupakan bagian dari tema **Keuangan**, karena berkaitan dengan tuntutan kenaikan gaji bagi berbagai kelompok pekerja, seperti ASN, tenaga honorer, dan pekerja sektor swasta. Kebijakan mengenai kenaikan gaji sering kali menjadi perhatian dalam kampanye politik, karena berkaitan langsung dengan daya beli dan kesejahteraan masyarakat. Topik "**Tunjangan**" dalam kaitannya dengan "**Angka Kelahiran**" masuk dalam tema **Keuangan**, karena tunjangan ini sering kali diberikan sebagai insentif untuk keluarga yang memiliki anak atau dalam kebijakan kependudukan tertentu. Insentif semacam ini bertujuan untuk mengendalikan atau meningkatkan angka kelahiran, tergantung pada kebijakan demografi yang diterapkan pemerintah.

Terakhir, "**Tunjangan Bumil**" juga dikategorikan dalam tema **Keuangan**, karena bantuan bagi ibu hamil merupakan bagian dari kebijakan kesejahteraan yang berhubungan dengan anggaran negara. Tunjangan ini bertujuan untuk

meningkatkan kesehatan ibu dan anak serta mengurangi angka kematian ibu hamil, yang menjadikannya sebagai kebijakan ekonomi dengan dampak sosial yang signifikan. Dengan demikian, hoaks yang berkembang di TikTok tidak hanya tersebar secara acak tetapi dikonstruksi secara sistematis dengan menggunakan kata-kata kunci yang memiliki makna kuat dalam diskusi publik. Narasi yang berkembang mencerminkan dinamika komunikasi politik yang terjadi di media sosial, di mana isu-isu tertentu dimanfaatkan untuk membentuk opini publik dan memengaruhi persepsi pemilih.

Hoaks yang berkembang di TikTok memiliki pola tematik yang dapat diidentifikasi melalui analisis Open Coding, Axial Coding, dan Theme. Berdasarkan analisis komentar yang terkumpul dalam hashtag #Pemilu2024, ditemukan lima tema utama yang sering muncul dalam penyebaran hoaks diantaranya yaitu **Hoaks tentang Calon Presiden**, dimana Narasi yang berkembang mengenai calon presiden, terutama Prabowo, kerap dikaitkan dengan janji kampanye yang telah dimanipulasi. Misalnya, beberapa hoaks menyebarkan informasi bahwa Prabowo menjanjikan sesuatu yang tidak pernah secara eksplisit ia sampaikan dalam kampanye resmi. **Hoaks tentang Kebijakan Keuangan**, yaitu Isu keuangan mencakup hoaks yang berkaitan dengan gaji guru, tunjangan, subsidi, dan dana desa. Narasi hoaks ini sering dikemas dalam bentuk klaim bahwa ada kebijakan tertentu yang akan memberikan manfaat besar bagi masyarakat, meskipun dalam kenyataannya kebijakan tersebut belum memiliki dasar hukum atau konfirmasi dari otoritas resmi. **Hoaks tentang Pendidikan**, yaitu Program "sekolah gratis" menjadi salah satu fokus utama dalam diskusi di TikTok. Namun, banyak narasi yang muncul cenderung dilebih-lebihkan sehingga menciptakan ekspektasi yang tidak realistis. **Hoaks tentang Bantuan Sosial**, banyak hoaks beredar mengenai bantuan sosial yang dijanjikan oleh pemerintah atau kandidat tertentu. Informasi yang menyesatkan ini sering kali dibuat untuk menarik simpati publik atau menciptakan persepsi negatif terhadap pihak lain. **Hoaks tentang Integritas Pemilu**, dimana hoaks yang bertujuan untuk meragukan legitimasi pemilu sering kali dikemas dalam bentuk tuduhan adanya kecurangan dalam sistem pemilihan, seperti dugaan pemalsuan suara dan ketidaknetralan KPU.

Secara keseluruhan, klasifikasi ini menunjukkan bahwa diskusi di media sosial terkait Pemilu 2024 tidak hanya berpusat pada kandidat, tetapi juga pada isu-isu kebijakan yang lebih luas, seperti keuangan, kesejahteraan sosial, pendidikan, dan pemikiran kritis masyarakat terhadap janji politik. Dapat disimpulkan bahwa hoaks dalam Pemilu 2024 tidak hanya berbentuk informasi palsu yang sederhana, tetapi juga dikonstruksi secara sistematis dengan menggunakan kata-kata kunci yang memiliki makna kuat dalam diskusi publik.

Hoaks yang beredar di TikTok memiliki dampak signifikan terhadap opini publik, terutama dalam membentuk persepsi terhadap kandidat dan penyelenggara pemilu. Berdasarkan analisis sentimen yang dilakukan dalam penelitian ini, ditemukan bahwa 30,68% komentar dalam diskusi Pemilu 2024 mengandung sentimen negatif, di mana sebagian besar berasal dari disinformasi dan hoaks.

Salah satu bentuk hoaks yang paling berbahaya adalah yang berkaitan dengan delegitimasi pemilu. Dalam konteks ini, hoaks digunakan untuk meragukan integritas Komisi Pemilihan Umum (KPU) dan menimbulkan ketidakpercayaan terhadap proses demokrasi. Contoh hoaks yang sering muncul adalah klaim mengenai pemalsuan suara di luar negeri serta ketidaknetralan penyelenggara pemilu. Meskipun tidak memiliki bukti kuat, informasi semacam ini tetap tersebar luas melalui jaringan komunikasi di TikTok.

Media sosial seperti TikTok berperan sebagai ruang utama dalam pembentukan opini publik. Dalam konteks ini, informasi menyebar secara horizontal tanpa melalui otoritas informasi resmi, sehingga lebih sulit dikendalikan. Akibatnya, masyarakat lebih cenderung menerima informasi yang sesuai dengan preferensi mereka tanpa melakukan verifikasi kebenaran informasi tersebut.

Untuk mengatasi penyebaran hoaks, terdapat beberapa strategi yang dapat diterapkan, baik oleh pengguna media sosial maupun oleh penyelenggara pemilu. Salah satunya adalah pelaporan konten hoaks, di mana pengguna TikTok dapat melaporkan video, akun, atau komentar yang mengandung hoaks melalui fitur *Report* dengan memilih kategori *Election Misinformation*.

Selain itu, peningkatan literasi digital menjadi langkah penting dalam menangkal hoaks. Masyarakat perlu diberikan edukasi mengenai cara mengenali

hoaks dan melakukan verifikasi informasi sebelum membagikannya. TikTok juga dapat berperan dalam mengurangi hoaks dengan memperkuat algoritma deteksi konten misinformasi, misalnya dengan bekerja sama dengan *fact-checkers* dan menerapkan teknologi kecerdasan buatan (AI) untuk mendeteksi serta menurunkan konten yang mengandung disinformasi.

Di sisi lain, transparansi dari penyelenggara pemilu, seperti KPU dan lembaga terkait, juga harus ditingkatkan. Penyediaan informasi yang akurat dan real-time dapat membantu menangkal narasi hoaks yang berkembang di media sosial.

Analisis dalam penelitian ini menunjukkan bahwa TikTok memiliki peran besar dalam membentuk opini publik terkait Pemilu 2024. Meskipun platform ini menjadi sarana komunikasi politik yang efektif, TikTok juga menjadi saluran utama bagi penyebaran hoaks politik. Hasil analisis jaringan komunikasi dan tematik menunjukkan bahwa isu ekonomi, tunjangan sosial, dan pendidikan menjadi topik utama dalam diskusi pemilu, tetapi juga rentan terhadap manipulasi informasi.

Penyebaran hoaks di TikTok mengikuti pola komunikasi yang terstruktur, di mana informasi dengan sentralitas tinggi lebih cepat menyebar dan lebih sulit untuk dikoreksi. Oleh karena itu, strategi untuk menangkal hoaks harus berfokus pada peningkatan literasi digital, transparansi informasi, serta kolaborasi antara *platform* media sosial dan penyelenggara pemilu. Dengan memahami bagaimana konten hoaks tersebar dan dikonstruksi dalam jaringan komunikasi *digital*, penelitian ini memberikan wawasan yang lebih mendalam mengenai tantangan serta strategi dalam menjaga integritas informasi di *era digital*, khususnya dalam konteks demokrasi dan pemilu.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

##### **1) Pola Penyebaran Konten Hoaks di Media Sosial selama Penyelenggaraan Pemilu 2024**

Hasil analisis jaringan komunikasi menunjukkan bahwa penyebaran hoaks di TikTok terkait Pemilu 2024 memiliki pola yang terstruktur dengan beberapa node sentral yang memainkan peran penting dalam distribusi informasi. Kata kunci seperti "*Prabowo*," "*gaji*," dan "*dana desa*" memiliki tingkat sentralitas tinggi, menunjukkan bahwa topik ini sering menjadi pusat diskusi dan berpotensi sebagai media penyebaran hoaks. Penyebaran hoaks cenderung mengikuti jalur komunikasi yang menghubungkan berbagai cluster diskusi, di mana algoritma TikTok memperkuat paparan informasi yang seragam, menciptakan efek *filter bubble* yang mempercepat penyebaran misinformasi. Dengan struktur jaringan yang erat dan diameter jaringan yang relatif kecil (sekitar 5-7 langkah), hoaks dapat menyebar dengan cepat dan mencapai *audiens* luas dalam waktu singkat.

##### **2) Dampak Hoaks terhadap Opini Publik dan Delegitimasi Penyelenggara Pemilu**

Hoaks yang tersebar di TikTok selama Pemilu 2024 berpengaruh signifikan terhadap pembentukan opini publik dan berkontribusi pada delegitimasi penyelenggara pemilu. Banyak hoaks yang menargetkan isu-isu sensitif seperti kebijakan subsidi, gaji ASN, dan dana desa, yang kemudian diperkuat oleh algoritma media sosial dan komentar berulang dari pengguna. Dengan tingginya tingkat *reciprocitas* dalam jaringan komunikasi ini, diskusi tentang hoaks tidak hanya terjadi satu arah tetapi juga bersifat interaktif, di mana informasi yang salah diperkuat melalui diskusi timbal balik antar pengguna. Akibatnya, banyak pemilih terjebak

dalam narasi yang memperkuat bias politik mereka tanpa mengeksplorasi sudut pandang lain.

Polarisasi opini yang terjadi di TikTok akibat paparan hoaks juga mengarah pada meningkatnya ketidakpercayaan terhadap institusi penyelenggara pemilu. Hoaks yang menyebar menargetkan isu-isu yang berkaitan dengan kredibilitas Komisi Pemilihan Umum (KPU), Badan Pengawas Pemilu (Bawaslu), serta kandidat tertentu, yang menyebabkan banyak pemilih mempertanyakan transparansi dan integritas proses pemilu. Dengan meningkatnya konsumsi konten berbasis video yang sulit diverifikasi, hoaks berbasis *video* menjadi tantangan utama dalam menangkal misinformasi politik selama Pemilu 2024.

Penelitian ini menunjukkan bahwa penyebaran hoaks di TikTok memiliki dampak signifikan terhadap opini publik dan stabilitas demokrasi selama Pemilu 2024. Oleh karena itu, diperlukan langkah-langkah strategis untuk meningkatkan literasi digital pemilih, termasuk:

- a. Peningkatan Kesadaran Publik melalui kampanye edukasi tentang cara mengenali dan menangkal hoaks.
- b. Kolaborasi dengan *Platform Digital* untuk meningkatkan algoritma pendeteksian hoaks serta memberikan peringatan pada konten yang terindikasi mengandung disinformasi.
- c. Penguatan Verifikasi Fakta oleh lembaga independen untuk mencegah penyebaran informasi palsu secara lebih cepat.
- d. Diversifikasi Sumber Informasi agar pengguna tidak hanya terpapar pada satu sudut pandang, melainkan mendapatkan akses pada berbagai perspektif yang lebih objektif.

## 5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah diuraikan, terdapat beberapa saran yang dapat dijadikan rekomendasi untuk mengatasi penyebaran hoaks di media sosial selama penyelenggaraan Pemilu 2024. **Pertama**, diperlukan peningkatan literasi *digital* bagi masyarakat, terutama pemilih muda yang aktif menggunakan *platform* seperti TikTok. Kampanye edukasi mengenai cara mengenali dan mencegah

hoaks perlu dilakukan secara masif melalui berbagai kanal komunikasi, termasuk media sosial, agar pemilih dapat lebih kritis dalam menyaring informasi yang mereka terima. **Kedua**, *platform* media sosial seperti TikTok harus lebih proaktif dalam mengidentifikasi dan membatasi penyebaran konten yang mengandung disinformasi melalui algoritma yang lebih ketat, serta menyediakan fitur peringatan bagi pengguna terhadap potensi hoaks yang beredar. **Ketiga**, lembaga penyelenggara pemilu dan pemerintah perlu bekerja sama dengan organisasi independen untuk mempercepat proses verifikasi fakta untuk mencegah penyebaran informasi palsu yang dapat memengaruhi opini publik dan legitimasi pemilu. **Keempat**, masyarakat disarankan untuk lebih aktif dalam mencari informasi dari berbagai sumber guna menghindari *efek filter bubble* yang memperkuat *bias* politik dan mempersempit wawasan. **Terakhir**, penting bagi akademisi dan peneliti untuk terus melakukan kajian mendalam mengenai pola penyebaran hoaks dan dampaknya terhadap demokrasi, sehingga strategi mitigasi yang lebih efektif dapat diterapkan dalam pemilu yang akan datang. Dengan langkah-langkah ini, diharapkan penyebaran hoaks dapat diminimalisir, dan kepercayaan publik terhadap proses demokrasi tetap terjaga.



## DAFTAR PUSTAKA

- Aji, H. B., & Setiawan, E. B. (2023). Detecting Hoax Content on Social Media Using Bi-LSTM and RNN. *Building of Informatics, Technology and Science (BITS)*, 5(1). <https://doi.org/10.47065/bits.v5i1.3585>
- Alkatiri, Z. (2007). Perdebatan Teori Transisi Demokrasi. *Wacana, Journal of the Humanities of Indonesia*, 9(1), 32. <https://doi.org/10.17510/wjhi.v9i1.221>
- Anreaja, L. J., Harefa, N. N., Galih, J., Negara, P., Nathan, V., Pribyantara, H., & Prasetyo, A. B. (2022a). *JISA (Jurnal Informatika dan Sains) Naive Bayes and Support Vector Machine Algorithm for Sentiment Analysis Opensea Mobile Application Users in Indonesia*.
- Anreaja, L. J., Harefa, N. N., Galih, J., Negara, P., Nathan, V., Pribyantara, H., & Prasetyo, A. B. (2022b). *JISA (Jurnal Informatika dan Sains) Naive Bayes and Support Vector Machine Algorithm for Sentiment Analysis Opensea Mobile Application Users in Indonesia*.
- Anreaja, L. J., Harefa, N. N., Galih, J., Negara, P., Nathan, V., Pribyantara, H., & Prasetyo, A. B. (2022c). *JISA (Jurnal Informatika dan Sains) Naive Bayes and Support Vector Machine Algorithm for Sentiment Analysis Opensea Mobile Application Users in Indonesia*.
- Assarroudi, A., Heshmati Nabavi, F., Armat, M. R., Ebadi, A., & Vaismoradi, M. (2018). Directed qualitative content analysis: the description and elaboration of its underpinning methods and data analysis process. *Journal of Research in Nursing*, 23(1), 42–55. <https://doi.org/10.1177/1744987117741667>
- Azizah, L. (2022). Analisis analisis pesan konten hoaks Masyarakat Terhadap Kebijakan Vaksinasi COVID-19 Di Indonesia Pada Twitter Menggunakan Algoritma LSTM. *Jurnal IPTEK-KOM (Jurnal Ilmu Pengetahuan Dan Teknologi Komunikasi)*, 24(2), 162–172.
- Azzaki, D. A., Jati, D. R., Sulastri, A., Irsan, R., & Jumiati, J. (2022). Analisis Pemanfaatan Sampah Plastik dengan Metode Buang, Pisah, dan Untung Menggunakan Sistem Barcode. *Jurnal Ilmu Lingkungan*, 20(2), 252–262. <https://doi.org/10.14710/jil.20.2.252-262>
- Berenschot, W., Capri, W., & Dhian, D. (2021). A quiet revolution? Village head elections and the democratization of rural Indonesia. *Critical Asian Studies*, 53(1), 126–146. <https://doi.org/10.1080/14672715.2021.1871852>

- Bill Clinton, & Wahyunanda Kusuma Pertiwi. (2023, February 13). *Pengguna Internet di Indonesia Tembus 212,9 Juta di Awal 2023*. [https://Tekno.Kompas.Com/Read/2023/02/13/19300087/Pengguna-Internet-Di-Indonesia-Tembus-212-9-Juta-Di-Awal-2023?Page=all#google\\_vignette](https://Tekno.Kompas.Com/Read/2023/02/13/19300087/Pengguna-Internet-Di-Indonesia-Tembus-212-9-Juta-Di-Awal-2023?Page=all#google_vignette).
- Bondy, V., Kaye, A., Rodriguez, K., Langton, P., Wikström, ), Bondy, D., Kaye, V., Rodriguez, A., Langton, K., & Wikström, P. (2021). You Made This? I Made This: Practices of Authorship and (Mis)Attribution on TikTok. In *International Journal of Communication* (Vol. 15). <http://ijoc.org>.
- Bozan, V., & Treré, E. (2024). The Politics of Disconnective Media: Unraveling the Materiality of Discourses on Disconnectivity. *Media and Communication*, 12. <https://doi.org/10.17645/mac.8586>
- Bozdağ, Ç., & Koçer, S. (2022). Skeptical Inertia in the Face of Polarization: News Consumption and Misinformation in Turkey. *Media and Communication*, 10(2), 169–179. <https://doi.org/10.17645/mac.v10i2.5057>
- Bungin, B. (2013). *Metodologi Penelitian Sosial dan Ekonomi: Format-Format Kuantitatif dan Kualitatif untuk Studi Sosiologi, Kebijakan Publik, Komunikasi, Manajemen, dan Pemasaran* (B. Bungin, Ed.; 2nd ed., Vol. 1). Kencana Prenada Media Group.
- Bungin, B. (2022). *Analisis Data Penelitian Kualitatif Pemahaman Filosofis dan Metodologis ke Arah Penguasaan Model Aplikasi* (1st ed., Vol. 13). Raja Grafindo Persada.
- Castells, M. (2010). *The Rise of the Network Society (The Information Age: Economy, Society and Culture)* (M. Castells, Ed.; C. Manuel, Trans.; Second Edition, Vol. 1). Blackwell Publishing Ltd.
- Chadha, N., Gangwar, R. C., Punjab, G., & Bedi, I. R. (2015). Current Challenges and Application of Speech Recognition Process using Natural Language Processing: A Survey. In *International Journal of Computer Applications* (Vol. 131, Issue 11).
- Cholis, F. M., Chandra, M., Utomo, C., Rizqiya Fadhliana, N., & Kalimantan, I. T. (n.d.). *Analisis Sentimen Pada Twitter Terhadap Isu Penundaan Pemilu 2024 Dengan Membandingkan Metode Long Short-Term Memory Dan Naïve Bayes Classifier*.
- Clinton, B. (2023). *Pengguna Internet di Indonesia Tembus 212,9 Juta di Awal 2023*. <https://tekno.kompas.com/read/2023/02/13/19300087/pengguna-internet-diindonesia-tembus-212-9-juta-di-awal2023?page=all>

- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2022). *Research Design Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* (I. SAGE Publications, Ed.; The Sixth Edition, Vol. 2). SAGE Publications, Inc.
- Darmawan, A. K., Al Wajieh, M. W., Setyawan, M. B., Yandi, T., & Hoiriyah, H. (2023). Hoax News Analysis for the Indonesian National Capital Relocation Public Policy with the Support Vector Machine and Random Forest Algorithms. *Journal of Information Systems and Informatics*, 5(1), 150–173. <https://doi.org/10.51519/journalisi.v5i1.438>
- Dawadi, S., Shrestha, S., & Giri, R. A. (2021). Mixed-Methods Research: A Discussion on its Types, Challenges, and Criticisms. *Journal of Practical Studies in Education*, 2(2), 25–36. <https://doi.org/10.46809/jpse.v2i2.20>
- Dhamayanti, M. (2022). Utilize Podcasts as Literacy and Educational Media. *Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*, 16(2), 129–138. 10.24090.komunika.v16i2.6784
- Fatmawati, F. (2020). *ANALISIS SENTIMEN REVIEW APLIKASI TIK-TOK DENGAN ALGORITMA K-NEAREST NEIGHBOR, NAIVE BAYES DAN SUPPORT VECTOR MACHINE*. Sekolah Tinggi Manajemen Informatika Dan Komputer Nusa Mandiri.
- Filemon Haganta Kaban, A., & Yudistira, N. (2021). *Analisis Sentimen Aplikasi E-Government berdasarkan Ulasan Pengguna menggunakan Metode Maximum Entropy dan Seleksi Fitur Mutual Information* (Vol. 5, Issue 4). <http://j-ptiik.ub.ac.id>
- Firdlous, D. A., Andrian, R., & Widodo, S. (2023). Sentiment Analysis Public Twitter on 2024 Election using the Long Short Term Memory Model. *SISTEMASI*, 12(1), 52. <https://doi.org/10.32520/stmsi.v12i1.2145>
- Gupta, B., Negi, I. M., Vishwakarma, K., Rawat, G., Badhani, P., & Tech, B. (2017). Study of Twitter Sentiment Analysis using Machine Learning Algorithms on Python. In *International Journal of Computer Applications* (Vol. 165, Issue 9).
- Gupta, B., Negi, M., Vishwakarma, K., Rawat, G., & Badhani, P. (2017). Study of Twitter Sentiment Analysis using Machine Learning Algorithms on Python. *International Journal of Computer Applications*, 165(9), 29–34. <https://doi.org/10.5120/ijca2017914022>
- Hameleers, M. (2023). The (Un)Intended Consequences of Emphasizing the Threats of Mis- and Disinformation. *Media and Communication*, 11(2), 5–14. <https://doi.org/10.17645/mac.v11i2.6301>

- Hamka, M., & Ratna Sari, D. (2022). ANALISIS SENTIMEN DAN INFORMATION EXTRACTION PEMBELAJARAN DARING MENGGUNAKAN PENDEKATAN LEXICON. In *Djtechno: Journal of Information Technology Research* (Vol. 3, Issue 1).
- Hastuti, H., Maulana, H. F., Tompo, A., & Ferizka, Z. Z. (n.d.). Analysis of Social Media Opinion on the Representation of the 2024 Presidential Election on Twitter: A Social Network Analysis. *JSIP*, 01, 2023. <https://doi.org/10.35326/jsip.v4i1.3140>
- Hastuti, Harry Fajar Maulana, Andi Putri Hardiyanti Tompo, & Zalfa Zarifah Ferizka. (2023). Analysis of Social Media Opinion on the Representation of the 2024 Presidential Election on Twitter: A Social Network Analysis. *JSIP: Jurnal Studi Ilmu Pemerintahan*, 4(1), 1–6.
- Hidayati, A. R., Fitriani, A. S., Rosid, M. A., Sains, F., & Teknologi, D. (2023). *Analisa Sentimen Pemilu 2019 Pada Judul Berita Online Menggunakan Metode Logistic Regression* (Vol. 4, Issue 2).
- Ihsaniyati, H., Sarwoprasodjo, S., Muljono, P., & Gandasari, D. (2023a). The Use of Social Media for Development Communication and Social Change: A Review. In *Sustainability (Switzerland)* (Vol. 15, Issue 3). MDPI. <https://doi.org/10.3390/su15032283>
- Ihsaniyati, H., Sarwoprasodjo, S., Muljono, P., & Gandasari, D. (2023b). The Use of Social Media for Development Communication and Social Change: A Review. In *Sustainability (Switzerland)* (Vol. 15, Issue 3). MDPI. <https://doi.org/10.3390/su15032283>
- Ihsaniyati, H., Sarwoprasodjo, S., Muljono, P., & Gandasari, D. (2023c). The Use of Social Media for Development Communication and Social Change: A Review. In *Sustainability (Switzerland)* (Vol. 15, Issue 3). MDPI. <https://doi.org/10.3390/su15032283>
- Imran, B., Nasirudin Karim, M., & Isna Ningsih, N. (n.d.). *KLASIFIKASI BERITA HOAX TERKAIT PEMILIHAN UMUM PRESIDEN REPUBLIK INDONESIA TAHUN 2024 MENGGUNAKAN NAÏVE BAYES DAN SVM CLASSIFICATION OF HOAX NEWS RELATED TO THE GENERAL ELECTION OF THE PRESIDENT OF THE REPUBLIC OF INDONESIA IN 2024 USING NAÏVE BAYES AND SVM*. <http://jurnal.dinarek.unsoed.ac.id>
- Indrawan, J., & Ilmar, A. (2022). *KEHADIRAN MEDIA BARU (NEW MEDIA) DALAM PROSES KOMUNIKASI POLITIK*.
- Isa, D., & Himelboim, I. (2018). A Social Networks Approach to Online Social Movement: Social Mediators and Mediated Content in #FreeAJStaff Twitter Network. *Social Media and Society*, 4(1). <https://doi.org/10.1177/2056305118760807>

- Isnaeni, W., & Kumaidi, K. (2015). EVALUASI IMPLEMEN ASI IMPLEMENTASI PKP D ASI PKP DALAM PEMBEL AM PEMBELAJARAN BIOLOGI DI SM OGI DI SMAN KOTA SEMARANG MENGGUN ARANG MENGGUNAKAN PENDEKATAN MIXED-METHOD. *Jurnal Penelitian Dan Evaluasi Pendidikan*, 19(1), 109–121.
- Jansen, R. S., van Leeuwen, A., Janssen, J., & Kester, L. (2020a). A mixed method approach to studying self-regulated learning in MOOCs: Combining trace data with interviews. *Frontline Learning Research*, 8(2), 35–64. <https://doi.org/10.14786/flr.v8i2.539>
- Jansen, R. S., van Leeuwen, A., Janssen, J., & Kester, L. (2020b). A mixed method approach to studying self-regulated learning in MOOCs: Combining trace data with interviews. *Frontline Learning Research*, 8(2), 35–64. <https://doi.org/10.14786/flr.v8i2.539>
- Jati, W. R. (2022). Polarization of Indonesian Society during 2014-2020: Causes and Its Impacts toward Democracy. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 26(2), 152–167. <https://doi.org/10.22146/jsp.66057>
- Jenkins, M. D. (2020). Contextualizing the Effect of Digital Protest Appeals on Political Self-Expression: Evidence From a Cross-Case Comparison. In *International Journal of Communication* (Vol. 14). <http://ijoc.org>.
- Jimmy, Hermaliani, E. H., & Kurniawati, L. (2023). ANALISIS KLASIFIKASI SENTIMEN PENGGUNA MEDIA SOSIAL TWITTER TERHADAP PENUNDAAN PEMILU PRESIDEN TAHUN 2024. *Jurnal Indonesia: Manajemen Informatika Dan Komunikasi*, 4(2), 570–579. <https://doi.org/10.35870/jimik.v4i2.243>
- Juliane, C. (2021). *Implementation of Naive Bayes Algorithm on Sentiment Analysis Application*.
- Juliane, C. M. (2021). *Implementation of Naive Bayes Algorithm on Sentiment Analysis Application* (C. M. Juliane, Trans.).
- Kim, Y., & Kim, S. (2023). Motives for Following Social Influencers and Electronic Word-of-Mouth: The Role of Social Capital. In *International Journal of Communication* (Vol. 17). <http://ijoc.org>.
- Labio-bernal, A., Rubira-garcía, R., & Pocevicienè, R. (2024). Comparing Media Systems: A New Critical Academic Reading. In *Media and Communication* (Vol. 12). Cogitatio Press. <https://doi.org/10.17645/mac.8357>
- Lee, S. (2022a). Networks and Organizing Processes in Online Social Media Media and Communication Networks and Organizing Processes in

- Online Social Media (Lee, Trans.). *Journal Media and Communication*, 3(2), 2–9. [www.cogitatiopress.com/mediaandcommunication](http://www.cogitatiopress.com/mediaandcommunication)
- Lee, S. (2022b). Networks and Organizing Processes in Online Social Media Media and Communication Networks and Organizing Processes in Online Social Media (Seungyoon Lee, Trans.). *Media and Communication*, 10(10), 25–30. [www.cogitatiopress.com/mediaandcommunication](http://www.cogitatiopress.com/mediaandcommunication)
- Lin, W. W. K. (2022). Enhancing Inoculation in the Spiral of Silence to Promote Resistance to Attacks: Examining Public Opinion on Taiwan-PRC Relations. *Asian Journal for Public Opinion Research*, 10(3), 149–177. <https://doi.org/10.15206/ajpor.2022.10.3.149>
- Lindawati, L. (2022). The Role of Information and Communication Technology for Economic Sustainability through Social Entrepreneurship Practices in Indonesia: A Preliminary Study. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 26(2), 213–226. <https://doi.org/10.22146/jsp.71796>
- Littlejohn, S. W., & Karen A. Foss. (2007). *Theories of Human Communication* (Wadsworth Pub Co, Trans.; 3rd ed., Vol. 2). Wadsworth Pub Co.
- Luthfia, A., Wibowo, D., Widyakusumastuti, M. A., & Angeline, M. (2021). The role of digital literacy on online opportunity and online risk in Indonesian youth. *Asian Journal for Public Opinion Research*, 9(2), 142–160. <https://doi.org/10.15206/ajpor.2021.9.2.142>
- Maharani, P. S., & Nurafifah, N. L. (2020). Political Communication: Social Media Strengths and Threats in the 2019 General Election. *Politik Indonesia: Indonesian Political Science Review*, 5(2), 292–306. <https://doi.org/10.15294/ipsr.v5i2.21522>
- Mahawardana, P. P. O., Pratama, I. P. A. E., & Sasmita, G. A. S. (2022). Analisis Sentimen Berdasarkan Opini dari Media Sosial Twitter terhadap “Figure Pemimpin” Menggunakan Python. *JITTER Jurnal Ilmiah Teknologi Dan Komputer*, 3(1), 810–810.
- Mahbubah, Lia Durrotul, Zuliarso, & Eri. (2023). *ANALISA SENTIMEN TWITTER PADA PILPRES 2019 MENGGUNAKAN ALGORITMA NAIVE BAYES*. Universitas Stikubank (Unisbank) Semarang.
- Malik, R. A. A., & Sibaroni, Y. (2022a). Multi-aspect Sentiment Analysis of Tiktok Application Usage Using FasText Feature Expansion and CNN Method. *Journal of Computer System and Informatics (JoSYC)*, 3(4), 277–285. <https://doi.org/10.47065/josyc.v3i4.2033>

- Malik, R. A. A., & Sibaroni, Y. (2022b). Multi-aspect Sentiment Analysis of Tiktok Application Usage Using FasText Feature Expansion and CNN Method. *Journal of Computer System and Informatics (JoSYC)*, 3(4), 277–285. <https://doi.org/10.47065/josyc.v3i4.2033>
- Manalu, D. R., L. Tobing, M. C., & Yohanna, M. (2022). ANALISIS SENTIMEN TWITTER TERHADAP WACANA PENUNDAAN PEMILU DENGAN METODE SUPPORT VECTOR MACHINE. *METHOMIKA Jurnal Manajemen Informatika Dan Komputerisasi Akuntansi*, 6(6), 149–156. <https://doi.org/10.46880/jmika.Vol6No2.pp149-156>
- Manuel, C. (2004). *INFORMATIONALISM, NETWORKS, AND THE NETWORK SOCIETY: A THEORETICAL BLUEPRINT*.
- Matamoros-Fernández, A., Rodriguez, A., & Wikström, P. (2022). Humor That Harms? Examining Racist Audio-Visual Memetic Media on TikTok During Covid-19. *Media and Communication*, 10(2), 180–191. <https://doi.org/10.17645/mac.v10i2.5154>
- Mc Quail, D. (2020). *Mc Quail's Communication Theory* (7th Edition). Sage Publications.
- McCombs, M. E., & Shaw, D. L. (1972). *The Agenda Setting Function of Mass Media* (M. E. McCombs, Ed.; 2nd ed., Vol. 36). Oxford University Press.
- Mensonides, D., Smit, A., Talsma, I., Swart, J., & Broersma, M. (2024). Digital Literacies as Socially Situated Pedagogical Processes: Genealogically Understanding Media, Information, and Digital Literacies. *Media and Communication*, 12. <https://doi.org/10.17645/mac.8174>
- Metag, J., Wintterlin, F., & Klinger, K. (2023). Editorial: Science Communication in the Digital Age—New Actors, Environments, and Practices. In *Media and Communication* (Vol. 11, Issue 1, pp. 212–216). Cogitatio Press. <https://doi.org/10.17645/mac.v11i1.6905>
- Molina-Azorin, J. F. (2016). Mixed methods research: An opportunity to improve our studies and our research skills. *European Journal of Management and Business Economics*, 25(2), 37–38. <https://doi.org/10.1016/j.redeen.2016.05.001>
- Mothes, C., & Ohme, J. (2022). Enlightening Confusion: How Contradictory Findings Help Mitigate Problematic Trends in Digital Democracies. In *Media and Communication* (Vol. 10, Issue 3, pp. 89–92). Cogitatio Press. <https://doi.org/10.17645/MAC.V10I3.6155>

- Motz, A., Ranta, E., Calderon, A. S., Adam, Q., Alzhouri, F., & Ebrahimi, D. (2022a). Live Sentiment Analysis Using Multiple Machine Learning and Text Processing Algorithms. *Procedia Computer Science*, 203, 165–172. <https://doi.org/10.1016/j.procs.2022.07.023>
- Motz, A., Ranta, E., Calderon, A. S., Adam, Q., Alzhouri, F., & Ebrahimi, D. (2022b). Live Sentiment Analysis Using Multiple Machine Learning and Text Processing Algorithms. *Procedia Computer Science*, 203, 165–172. <https://doi.org/10.1016/j.procs.2022.07.023>
- Muhammad Ikram Kaer Sinapoy, Yuliant Sibaroni, & Sri Suryani Prasetyowati. (2023). Comparison of LSTM and IndoBERT Method in Identifying Hoax on Twitter. *Jurnal RESTI (Rekayasa Sistem Dan Teknologi Informasi)*, 7(3), 657–662. <https://doi.org/10.29207/resti.v7i3.4830>
- Muñiz-velázquez, J. A. (2023). (Dis)Information Literacy: A Democratic Right and Duty of All Citizens. In *Media and Communication* (Vol. 11, Issue 2, pp. 1–4). Cogitatio Press. <https://doi.org/10.17645/mac.v11i2.7029>
- Muqsith, M. A., Kuswanti, A., Pratomo, R. R., & Muzykant, V. L. (2021). Trump's Twitter Propaganda During Covid-19. *Jurnal The Messenger*, 13(3), 223. <https://doi.org/10.26623/themessenger.v13i3.3991>
- Muqsith, M. A., Pratomo, R. R., Zaina, A. G., & Kuswanti, A. (2021). Fake News as a Tool to Manipulate the Public With False Information. <https://www.atlantis-press.com/proceedings/IICIS-21/125965501>, 1(2), 25–35.
- Nasrullah, R., & Nurbaya, N. S. (2015). *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Siositologi* (R. Nasrullah, Ed.; 5th ed., Vol. 30). Simbiosis Rekatama Media.
- Neumann, E. N. (1974). The Spiral of Silence A Theory of Public Opinion. *Journal of Communication* 1974, 2, 12–125.
- Nissenbaum, A., & Freud, D. (2021). Which Person Walks Into a Bar? A Typology of Globally Spread Humor on Twitter. In *International Journal of Communication* (Vol. 15). <http://ijoc.org>.
- Nomleni, P., Hariadi, M., & Purnama, I. (2014). Analisis pesan konten Analisis Berbasis Big Data Seminar Nasional Ke – 9. *Jurnal Rekayasa Teknologi Industri Dan Informasi*, 3(1), 142–149.
- Novantirani, A. (2015). Analisis Sentimen pada Twitter Mengenai Penggunaan Transportasi Umum Darat Dalam Kota dengan Metode Support Vector Machine. *Journal of Information System Management (JOISM)*, 2(2), 3–9.



- Novantirani, A., Kania Sabariah, M. S., & Effendy, V. (2015). *Analisis Sentimen pada Twitter untuk Mengenai Penggunaan Transportasi Umum Darat Dalam Kota dengan Metode Support Vector Machine*.
- Nurhidayah. (2024, March 20). *Fenomena Buzzer di Tiktok dalam Kampanye Pilpres* 2024. [https://www.kompasiana.com/nurhidayahpurple/65c9b0bade948f5825473863/fenomena-buzzer-di-tiktok-dalam-kampanye-pilpres-2024#google\\_vignette](https://www.kompasiana.com/nurhidayahpurple/65c9b0bade948f5825473863/fenomena-buzzer-di-tiktok-dalam-kampanye-pilpres-2024#google_vignette).
- Nurrahmi, F., & Syam, H. M. (2020). Perilaku Informasi Mahasiswa dan Hoaks di Media Sosial. *Communicatus: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(2), 129–146. <https://doi.org/10.15575/cjik.v4i2.9215>
- Pasek, P., Mahawardana, O., Sasmita, G. A., Agus, P., & Pratama, E. (2022). Analisis Sentimen Berdasarkan Opini dari Media Sosial Twitter terhadap “Figure Pemimpin” Menggunakan Python. In *JITTER-Jurnal Ilmiah Teknologi dan Komputer* (Vol. 3, Issue 1).
- Pellegrino, A. (2023). Research Trends in Social Media Role in Political Campaigns: A Bibliometric Analysis. *Review of Communication Research*, 11, 150–171. <https://doi.org/10.5680/RCR.V11i6>
- Perdana, A., Hermawan, A., & Avianto, D. (2022a). Analisis Sentimen Terhadap Isu Penundaan Pemilu di Twitter Menggunakan Naive Bayes Clasifier. *Jurnal Sisfokom (Sistem Informasi Dan Komputer)*, 11(2), 195–200. <https://doi.org/10.32736/sisfokom.v11i2.1412>
- Perdana, A., Hermawan, A., & Avianto, D. (2022b). Analisis Sentimen Terhadap Isu Penundaan Pemilu di Twitter Menggunakan Naive Bayes Clasifier. *Jurnal Sisfokom (Sistem Informasi Dan Komputer)*, 11(2), 195–200. <https://doi.org/10.32736/sisfokom.v11i2.1412>
- Pérez-Escolar, M., Lilleker, D., & Tapia-Frade, A. (2023). A Systematic Literature Review of the Phenomenon of Disinformation and Misinformation. In *Media and Communication* (Vol. 11, Issue 2, pp. 76–87). Cogitatio Press. <https://doi.org/10.17645/mac.v11i2.6453>
- Prasetyo, B. A., & Subagyo, S. (2021). Analisis Sentimen Pengguna Twitter untuk Teks Berbahasa Indonesia Terhadap Penyedia Layanan Home Fix Broadband. *AUNILO: Libraries of ASEAN University Network*, 1(2), 5–10.
- Purwaningtyas, F. (2024). Penggunaan Hastag #samamabelajar melalui Media Tiktok terhadap Kebutuhan Informasi Generasi Z. *At-Tarbawi: Jurnal Pendidikan, Sosial dan Kebudayaan*, 3–7. <https://doi.org/10.32505/tarbawi>

- Pusiknas Bareskrim Polri. (2022, September 30). *Polda Metro Jaya Tindak Kasus Berita Bohong Terbanyak*. [https://Pusiknas.Polri.Go.Id/Detail\\_artikel/Polda\\_metro\\_jaya\\_tindak\\_kasus\\_berita\\_bohong\\_terbanyak](https://Pusiknas.Polri.Go.Id/Detail_artikel/Polda_metro_jaya_tindak_kasus_berita_bohong_terbanyak).
- Putra, T. D., Utami, E., & Kurniawan, M. P. (n.d.-a). *Analisis Sentimen Pemilu 2024 dengan Naive Bayes Berbasis Particle Swarm Optimization (PSO) 1 Analisis Sentimen Pemilu 2024 dengan Naive Bayes Berbasis Particle Swarm Optimization (PSO)*.
- Putra, T. D., Utami, E., & Kurniawan, M. P. (n.d.-b). *Analisis Sentimen Pemilu 2024 dengan Naive Bayes Berbasis Particle Swarm Optimization (PSO) 1 Analisis Sentimen Pemilu 2024 dengan Naive Bayes Berbasis Particle Swarm Optimization (PSO)*.
- Rachmawati, F., Wibowo, A., & Arianto. (2022). Analisis Pesan Konten Analisis #samamabelajar Public Relations Campaign Based on Big Data on Tiktok. *Proceeding of The International Conference on Economics and Business*, 1(2), 377–378.
- Rahmadani, P. S., Tampubolon, F. C., Jannah, A. N., Hutabarat, N. L. H., & Simarmata, A. M. (2022a). Tiktok Social Media Sentiment Analysis Using the Nave Bayes Classifier Algorithm. *Sinkron*, 7(3), 995–999. <https://doi.org/10.33395/sinkron.v7i3.11579>
- Rahmadani, P. S., Tampubolon, F. C., Jannah, A. N., Hutabarat, N. L. H., & Simarmata, A. M. (2022b). Tiktok Social Media Sentiment Analysis Using the Nave Bayes Classifier Algorithm. *Sinkron*, 7(3), 995–999. <https://doi.org/10.33395/sinkron.v7i3.11579>
- Rahmanulloh, N. U., & Santoso, I. (2022a). Delineation of The Early 2024 Election Map: Sentiment Analysis Approach to Twitter Data. *Jurnal Online Informatika*, 7(2), 226–235. <https://doi.org/10.15575/join.v7i2.925>
- Rahmanulloh, N. U., & Santoso, I. (2022b). Delineation of The Early 2024 Election Map: Sentiment Analysis Approach to Twitter Data. *Jurnal Online Informatika*, 7(2), 226–235. <https://doi.org/10.15575/join.v7i2.925>
- Rahmanulloh, N. U., & Santoso, I. (2022c). Delineation of The Early 2024 Election Map: Sentiment Analysis Approach to Twitter Data. *Jurnal Online Informatika*, 7(2), 226–235. <https://doi.org/10.15575/join.v7i2.925>
- Rodríguez-ferrándiz, R. (2023). An Overview of the Fake News Phenomenon: From Untruth-Driven to Post-Truth-Driven Approaches. *Media and Communication*, 11(2), 15–29. <https://doi.org/10.17645/mac.v11i2.6315>

- Rorong, M. J. (2019). PENEMPATAN TEORI DALAM ILMU KOMUNIKASI. *Commed: Jurnal Komunikasi Dan Media*, 4(1), 90–107. <https://doi.org/10.33884/commed.v4i1.1417>
- Rosa, M. C. (2022, March 26). *Penyebab Netizen Indonesia Disebut Paling Tidak Sopan se-Asia Tenggara*. <https://www.kompas.com/wiken/read/2022/03/26/110500081/penyebab-netizen-indonesia-disebut-paling-tidak-sopan-se-asia-tenggara>.
- Saleh, A. (2015). *Implementasi Metode Klasifikasi Naïve Bayes Dalam Memprediksi Besarnya Penggunaan Listrik Rumah Tangga* (A. Saleh, Trans.). 1(1), 1.
- Santoso, H. A., Rachmawanto, E. H., Nugraha, A., Nugroho, A. A., Setiadi, D. R. I. M., & Basuki, R. S. (2020). Hoax classification and sentiment analysis of Indonesian news using Naive Bayes optimization. *Telkomnika (Telecommunication Computing Electronics and Control)*, 18(2), 799–806. <https://doi.org/10.12928/TELKOMNIKA.V18I2.14744>
- Saputra, D., & Pribadi, M. R. (n.d.). *2 ND MDP STUDENT CONFERENCE (MSC) 2023 ANALISIS SENTIMEN MASYARAKAT TERHADAP LAYANAN PROVIDER INTERNET DI INDONESIA MENGGUNAKAN SVM*.
- Saputra, N. (2017). Analisis Sentimen dengan Menggunakan Metode Klasifikasi Lazy K-Star. In *Universitas PGRI Yogyakarta*.
- Savic, M. (2021). From Musical.ly to TikTok: Social Construction of 2020's Most Downloaded Short-Video App. In *International Journal of Communication* (Vol. 15). <http://ijoc.org>.
- Scott, J. (2000). *Social Network Analysis* (J. Scott, Ed.; Second Edition, Vol. 2). SAGE Publications, Inc.
- Setiawan, H. (2019). Memilih Diantara 7 Tradisi Ilmu Komunikasi Dalam Kerangka Filosofis. *Jurnal Darussalam: Jurnal Pendidikan, Komunikasi Dan Pemikiran Hukum Islam*, 11(1), 18. <https://doi.org/10.30739/darussalam.v11i1.447>
- Siregar, S. N., Raffiudin, R., & Noor, F. (2022a). Democratic regression in Indonesia: Police and low-capacity democracy in Jokowi's administration (2014–2020). *Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 26(2), 197–212. <https://doi.org/10.22146/jsp.72129>
- Siregar, S. N., Raffiudin, R., & Noor, F. (2022b). Democratic regression in Indonesia: Police and low-capacity democracy in Jokowi's

- administration (2014–2020). *Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 26(2), 197–212. <https://doi.org/10.22146/jsp.72129>
- Siswanto, S., Mar'ah, Z., Sabir, A. S. D., Hidayat, T., Adhel, F. A., & Amni, W. S. (2022a). The Sentiment Analysis Using Naïve Bayes with Lexicon-Based Feature on TikTok Application. *Jurnal Varian*, 6(1), 89–96. <https://doi.org/10.30812/varian.v6i1.2205>
- Siswanto, S., Mar'ah, Z., Sabir, A. S. D., Hidayat, T., Adhel, F. A., & Amni, W. S. (2022b). The Sentiment Analysis Using Naïve Bayes with Lexicon-Based Feature on TikTok Application. *Jurnal Varian*, 6(1), 89–96. <https://doi.org/10.30812/varian.v6i1.2205>
- Siswanto, S., Mar'ah, Z., Sabir, A. S. D., Hidayat, T., Adhel, F. A., & Amni, W. S. (2022c). The Sentiment Analysis Using Naïve Bayes with Lexicon-Based Feature on TikTok Application. *Jurnal Varian*, 6(1), 89–96. <https://doi.org/10.30812/varian.v6i1.2205>
- Stella, M., Vitevitch, M. S., & Botta, F. (2022). Cognitive Networks Extract Insights on COVID-19 Vaccines from English and Italian Popular Tweets: Anticipation, Logistics, Conspiracy and Loss of Trust. *Big Data and Cognitive Computing*, 6(2). <https://doi.org/10.3390/bdcc6020052>
- Stieglitz, S., & Ross, B. (2022). The Impact of Social Media on Social Cohesion: A Double-Edged Sword. In *Media and Communication* (Vol. 10, Issue 2, pp. 104–107). Cogitatio Press. <https://doi.org/10.17645/mac.v10i2.5792>
- Su, C., Liu, J., Zhou, B., & Chao, C. (2020a). Two Levels of Digitalization and Internet Use Across Europe, China, and the U.S. In *International Journal of Communication* (Vol. 14). <http://ijoc.org>.
- Su, C., Liu, J., Zhou, B., & Chao, C. (2020b). Two Levels of Digitalization and Internet Use Across Europe, China, and the U.S. In *International Journal of Communication* (Vol. 14). <http://ijoc.org>.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)* (Sugiyono, Ed.; 1st ed., Vol. 2). Alfabeta.
- Sumartias, S., Pulubuhu, D. A. T., Sudarmono, Adi, A. N., & Ratnasari, E. (2023). Democracy in the Indonesian Digital Public Sphere: Social Network Analysis of Twitter Users' Responses to the Issue of Nationalism Knowledge Test at the Corruption Eradication Commission (TWK-KPK). *Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 26(3), 240–257. <https://doi.org/10.22146/jsp.70896>

- Tayibnapis, R. G., & Proborini, A. L. (2024). Disinformasi Jaringan Sosial Tudingan Radikalisme Terhadap Anies Baswedan di Media Sosial Twitter. *Journal on Education*, 6(2), 2–9.
- Tsagkroni, V., & Dikaios, G. (2024). Editorial: Policy Framing and Branding in Times of Constant Crisis. In *Media and Communication* (Vol. 12). Cogitatio Press. <https://doi.org/10.17645/mac.8384>
- Ulfah Siregar, Z., Ruli, R., Siregar, A., & Arianto, R. (2019a). *KLASIFIKASI SENTIMENT ANALYSIS PADA KOMENTAR PESERTA DIKLAT MENGGUNAKAN METODE K-NEAREST NEIGHBOR*. 8(1).
- Ulfah Siregar, Z., Ruli, R., Siregar, A., & Arianto, R. (2019b). *KLASIFIKASI SENTIMENT ANALYSIS PADA KOMENTAR PESERTA DIKLAT MENGGUNAKAN METODE K-NEAREST NEIGHBOR*. 8(1).
- Utami, D. M., Ikhsan, M., Dartanto, T., & Mallarangeng, R. (2024). Political Behaviour of the Indonesian Middle Class: Lower Turnouts in More Modernised Areas. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 27(3), 314–329. <https://doi.org/10.22146/jsp.89360>
- Utami, P. (2019). Hoax in Modern Politics. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 22(2), 85. <https://doi.org/10.22146/jsp.34614>
- Vargo, C. J., & Amazeen, M. A. (2021). Agenda-Cutting Versus Agenda-Building: Does Sponsored Content Influence Corporate News Coverage in U.S. Media? In *International Journal of Communication* (Vol. 15). <https://digiday.com/media/netflix-native-ad-performed-best/>
- Vindua, R., & Zailani, A. U. (2023a). Analisis Sentimen Pemilu Indonesia Tahun 2024 Dari Media Sosial Twitter Menggunakan Python. *JURIKOM (Jurnal Riset Komputer)*, 10(2), 479. <https://doi.org/10.30865/jurikom.v10i2.5945>
- Vindua, R., & Zailani, A. U. (2023b). Analisis Sentimen Pemilu Indonesia Tahun 2024 Dari Media Sosial Twitter Menggunakan Python. *JURIKOM (Jurnal Riset Komputer)*, 10(2), 479. <https://doi.org/10.30865/jurikom.v10i2.5945>
- Vindua, R., & Zailani, A. U. (2023c). Analisis Sentimen Pemilu Indonesia Tahun 2024 Dari Media Sosial Twitter Menggunakan Python. *JURIKOM (Jurnal Riset Komputer)*, 10(2), 479. <https://doi.org/10.30865/jurikom.v10i2.5945>
- Wahyudi, D., & Sibaroni, Y. (2022a). Deep Learning for Multi-Aspect Sentiment Analysis of TikTok App using the RNN-LSTM Method. *Building of Informatics, Technology and Science (BITS)*, 4(1). <https://doi.org/10.47065/bits.v4i1.1665>

- Wahyudi, D., & Sibaroni, Y. (2022b). Deep Learning for Multi-Aspect Sentiment Analysis of TikTok App using the RNN-LSTM Method. *Building of Informatics, Technology and Science (BITS)*, 4(1). <https://doi.org/10.47065/bits.v4i1.1665>
- Wahyudi, D., & Sibaroni, Y. (2022c). Deep Learning for Multi-Aspect Sentiment Analysis of TikTok App using the RNN-LSTM Method. *Building of Informatics, Technology and Science (BITS)*, 4(1). <https://doi.org/10.47065/bits.v4i1.1665>
- Wardle, C. (2020, September 22). *Understanding Information disorder*. <https://Firstdraftnews.Org/Long-Form-Article/Understanding-Information-Disorder/>.
- Wicaksono, P. E. (2023, June 12). *Berpotensi Jadi Alat Penyebar Hoaks dan Ujaran Kebencian saat Pemilu, TikTok Perlu Diawasi*. <https://www.Liputan6.Com/Cek-Fakta/Read/5317114/Berpotensi-Jadi-Alat-Penyebar-Hoaks-Dan-Ujaran-Kebencian-Saat-Pemilu-Tiktok-Perlu-Diawasi>.
- Widiyanti Nugu, M., Dj Manafe, Y., & VDP Swan, M. (n.d.). *Media Baru dalam Konstruksi Jurnalis Media Cetak*.
- Widiyanti Nugu, M., Dj Manafe, Y., & VDP Swan, M. (2020). *Media Baru dalam Konstruksi Jurnalis Media Cetak*. [https://dx.doi.org/10.25299/medium.2020.vol8\(1\).4820](https://dx.doi.org/10.25299/medium.2020.vol8(1).4820)
- Wilantika, N., & Wibisono, S. B. (2021). Evaluating the quality of public services through social media. *Asian Journal for Public Opinion Research*, 9(3), 240–265. <https://doi.org/10.15206/ajpor.2021.9.3.240>
- Wulandari, C. D. (2020). *Eksistensi Humas Kemkominfo Dalam Mengelola Kasus Hoax COVID-19 di Media Digital Periode Januari - Maret 2020*. BINUS University.
- Wulandari, C. D., Muqsith, M. A., & Ayuningtyas, F. (2023). *Fenomena Buzzer Di Media Sosial Jelang Pemilu 2024 Dalam Perspektif Komunikasi Politik* (C. D. Wulandari, Trans.). <https://www.researchgate.net/publication/371684161>
- Yadav, V., Dhadwal, Y., Kanozia, R., Pandey, S. R., & Kumar, A. (2024). Unraveling the Web of Health Misinformation: Exploring the Characteristics, Emotions, and Motivations of Misinformation During the COVID-19 Pandemic. *Asian Journal for Public Opinion Research*, 12(1), 53–74. <https://doi.org/10.15206/ajpor.2024.12.1.53>
- Yunita, N. (2016). *ANALISIS SENTIMEN BERITA ARTIS DENGAN MENGGUNAKAN ALGORITMA SUPPORT VECTOR MACHINE*

DAN PARTICLE SWARM OPTIMIZATION. AGUSTUS.  
www.tribunnews.com

- Zellatifanny, C. M. (2019). Respon Pengguna Twitter terhadap Regulasi Pengendalian Akses Ponsel Ilegal melalui Validasi IMEI (Twitter User's Response to Regulation of Contraband Cell Phone Access Control through IMEI Validation). *JURNAL IPTEKKOM: Jurnal Ilmu Pengetahuan & Teknologi Informasi*, 21(2), 139. <https://doi.org/10.33164/iptekkom.21.2.2019.139-154>
- Zeng, J., Schäfer, M. S., & Allgaier, J. (2021). Reposting “Till Albert Einstein Is TikTok Famous”: The Memetic Construction of Science on TikTok. In *International Journal of Communication* (Vol. 15). <http://ijoc.org>.

## **RIWAYAT HIDUP**



## **LAMPIRAN**