Madani: Jurnal Ilmiah Multidisiplin
Volume 3, Nomor 1, January 2025, P. 1235-1242
E-ISSN: 2986-6340
Licenced by CC BY-SA 4.0
DOI: https://doi.org/10.5281/zenodo.14725846

Pengaruh Propaganda dan Disinformasi Tentang Opini Publik

Anisa Rambe[1], Roy Rayyan Manandha Ginting[2], Zakiya Azzahra[3], Fitri Holila Siregar[4]
Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara
Email: annisaqolburambee@gmail.com[1], royginting1109@gmail.com[2], zakiyaazzahrazulker@gmail.com[3], fitriholila432@gmail.com[4]

Abstrak

Penelitian ini membahas pengaruh propaganda dan disinformasi terhadap opini publik dalam konteks pemilihan umum di Indonesia. Opini publik merupakan elemen penting yang mencerminkan pandangan masyarakat terhadap isu-isu sosial dan politik. Propaganda digunakan untuk membentuk citra positif kandidat, sedangkan disinformasi menyebarkan informasi yang menyesatkan, yang dapat menciptakan kebingungan dan merusak kepercayaan publik. Dengan meningkatnya penggunaan media sosial, penyebaran kedua fenomena ini menjadi lebih cepat dan luas, berkontribusi pada polarisasi sosial. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan analisis deskriptif untuk mengidentifikasi teknik-teknik yang digunakan dalam propaganda dan disinformasi, serta menganalisis peran media massa dalam penyebaran informasi yang salah. Hasilnya menunjukkan perlunya edukasi literasi media dan regulasi yang lebih ketat untuk mengatasi tantangan ini, serta mendorong pembentukan lembaga pemeriksa fakta yang independen.
Kata Kunci: *Propaganda, Disinformasi, Opini Publik*

Abstract

This study discusses the influence of propaganda and disinformation on public opinion in the context of general elections in Indonesia. Public opinion is an important element that reflects people's views on social and political issues. Propaganda is used to shape a positive image of candidates, while disinformation spreads misleading information, which can create confusion and damage public trust. With the increasing use of social media, the spread of both phenomena has become faster and wider, contributing to social polarization. This study uses qualitative methods with descriptive analysis to identify the techniques used in propaganda and disinformation, and analyzes the role of mass media in the spread of misinformation. The results show the need for media literacy education and stricter regulations to overcome this challenge, as well as encouraging the establishment of independent fact-checking institutions.
***Keywords**: Propaganda, Disinformation, Public Opinion*

Article Info
Received date: 29 December 2024 Revised date: 30 December 2024 Accepted date: 15 January 2025

PENDAHULUAN

Opini publik merupakan salah satu elemen penting dalam dinamika sosial dan politik. Ia mencerminkan pandangan, sikap, dan keyakinan masyarakat terhadap isu-isu tertentu, baik itu berkaitan dengan kebijakan pemerintah, pemilihan umum, maupun peristiwa sosial lainnya. Dalam konteks ini, propaganda dan disinformasi memainkan peran yang signifikan dalam membentuk opini publik. Propaganda adalah suatu bentuk komunikasi yang dirancang untuk mempengaruhi sikap dan perilaku individu atau kelompok melalui penyebaran informasi yang terencana. Sementara itu, disinformasi merujuk pada penyebaran informasi yang salah atau menyesatkan, baik secara sengaja maupun tidak, yang bertujuan untuk membingungkan publik atau mengubah persepsi mereka terhadap suatu isu.

Hubungan antara propaganda dan opini publik sangat erat. Sejak awal, propaganda telah digunakan sebagai alat untuk mengendalikan opini publik dengan cara menyebarkan informasi yang mendukung agenda tertentu. Propaganda dapat dianggap sebagai kontrol opini; artinya, tujuan utama dari propaganda adalah untuk mempengaruhi dan mengendalikan pandangan masyarakat. Dalam praktiknya, propaganda sering kali dimulai dengan menciptakan opini melalui penyampaian pesan-pesan tertentu yang kemudian diperkuat melalui berbagai saluran media.

Media massa memiliki peran yang sangat penting dalam proses penyebaran propaganda. Dengan kekuatan untuk menjangkau audiens yang luas, media dapat membentuk narasi dan mempengaruhi cara pandang masyarakat terhadap isu-isu tertentu. Penelitian menunjukkan bahwa media sering kali menjadi alat bagi aktor politik untuk melakukan kampanye negatif atau menyebarkan disinformasi selama periode pemilu. Misalnya, dalam pemilihan umum di Indonesia, penggunaan media sosial sebagai platform kampanye telah meningkatkan kemungkinan penyebaran berita palsu dan hoaks yang dapat memengaruhi keputusan pemilih.[1]

Di era digital saat ini, disinformasi semakin mudah menyebar melalui platform media sosial. Dengan jumlah pengguna internet yang terus meningkat di Indonesia saja mencapai lebih dari 221 juta pengguna media sosial menjadi arena subur bagi penyebaran informasi yang salah.[2] Teknik-teknik seperti "*firehose of falsehood*", di mana informasi menyesatkan disebarkan secara masif untuk membanjiri ruang informasi publik, telah terbukti efektif dalam memengaruhi opini masyarakat. Strategi ini tidak hanya bertujuan untuk mengubah persepsi publik tetapi juga untuk merusak kepercayaan terhadap institusi dan media mainstream.

Terdapat berbagai teknik yang digunakan dalam propaganda dan disinformasi. Beberapa di antaranya termasuk:

1. Mengabaikan atau mengubah fakta-fakta penting untuk mendukung narasi tertentu.
2. Menyampaikan pesan yang sama berulang kali agar lebih mudah diterima oleh publik.
3. Menggunakan bahasa emosional untuk memicu reaksi kuat dari audiens.
4. Memanfaatkan algoritma media sosial untuk memperkuat pandangan tertentu dengan menyajikan konten yang sesuai dengan keyakinan pengguna.

Dampak dari propaganda dan disinformasi terhadap opini publik sangat signifikan. Ketika masyarakat terpapar pada informasi yang salah atau menyesatkan secara terus-menerus, mereka cenderung membentuk pandangan yang tidak akurat tentang isu-isu penting. Hal ini dapat menyebabkan polarisasi dalam masyarakat, di mana kelompok-kelompok dengan pandangan berbeda semakin terpisah satu sama lain. Selain itu, kepercayaan publik terhadap institusi juga dapat terganggu, sehingga menciptakan ketidakstabilan sosial.[3]

Pengaruh propaganda dan disinformasi terhadap opini publik merupakan fenomena kompleks yang membutuhkan perhatian serius dari berbagai pihak. Dalam dunia yang semakin terhubung ini, penting bagi masyarakat untuk memiliki kemampuan kritis dalam menganalisis informasi yang diterima. Edukasi media menjadi kunci untuk membantu individu memahami cara kerja propaganda dan mengenali disinformasi sehingga mereka dapat membuat keputusan yang lebih baik berdasarkan fakta-fakta yang valid.

METODE PENELITIAN

Pada penelitian ini, penulis menggunakan jenis penelitian kualitatif. Dengan metode pengumpulan data sehingga ditemukan informasi yang relevan. Demi mempertajam penelitian, analisa data yang digunakan menggunakan metode analisa deskriptif dan melakukan kajian pustaka (*library research*) dari berbagai sumber seperti buku, jurnal, serta sumber lain yang terkait dengan persoalan pokok penelitian.

[1] Andi Y. Bachtiar, dkk, "Peran Media Dalam Propaganda", *Jurnal Komunikologi,* Vol. 13, No. 02, 2016, hlm. 83.
[2] Basuki, dkk, *Disinformasi Berita Politik dalam Media Massa*, (Yogyakarta: Bigraf Publishing, 2010), hlm. 26.
[3] Andi Y. Bachtiar, dkk, *Op.cit.,* hlm. 86.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengaruh Propaganda dan Disinformasi terhadap Opini Publik dalam Konteks Pemilihan Umum di Indonesia

Pemilihan umum (pemilu) di Indonesia merupakan momen penting yang tidak hanya menentukan pemimpin, tetapi juga mencerminkan dinamika sosial dan politik masyarakat. Dalam konteks ini, propaganda dan disinformasi menjadi dua faktor yang sangat berpengaruh dalam membentuk opini publik.[4] Propaganda sering digunakan untuk mempromosikan kandidat atau partai politik tertentu, sementara disinformasi dapat merusak kepercayaan publik dan mengaburkan fakta-fakta yang ada. Oleh karena itu, penting untuk memahami bagaimana kedua fenomena ini memengaruhi opini publik, terutama menjelang pemilu.

Propaganda adalah bentuk komunikasi yang dirancang untuk mempengaruhi sikap dan perilaku individu atau kelompok. Ini sering kali melibatkan penyebaran informasi yang terpilih untuk mendukung agenda tertentu. Sementara itu, disinformasi merujuk pada penyebaran informasi yang salah atau menyesatkan, biasanya dengan niat untuk menipu atau memanipulasi persepsi publik. Dalam konteks pemilu, disinformasi dapat berupa berita palsu tentang kandidat, kebijakan, atau proses pemilu itu sendiri.

Indonesia telah mengalami berbagai perubahan dalam sistem pemilunya sejak reformasi 1998. Pemilu kini dilakukan secara langsung dan terbuka, memberikan kesempatan bagi masyarakat untuk memilih secara demokratis. Namun, dengan kemajuan teknologi informasi dan media sosial, tantangan baru muncul. Penyebaran informasi yang cepat dan luas melalui platform digital membuat propaganda dan disinformasi lebih mudah diakses oleh publik.

Propaganda memainkan peran penting dalam membentuk opini publik, terutama dalam konteks pemilihan umum. Salah satu dampak utama dari propaganda adalah kemampuannya untuk membangun citra positif kandidat di mata pemilih. Melalui iklan kampanye yang terencana dan penyebaran informasi yang menguntungkan, kandidat berusaha menarik perhatian dan dukungan masyarakat. Selain itu, propaganda juga dapat mengubah persepsi publik. Dengan menggunakan teknik-teknik seperti pengulangan pesan dan penyampaian emosi, kandidat dapat mengubah cara pandang masyarakat terhadap isu-isu tertentu. Misalnya, jika seorang kandidat berhasil menyampaikan pesan tentang keberhasilan program kerjanya secara konsisten, masyarakat cenderung mempercayai bahwa kandidat tersebut layak dipilih.[5]

Namun, di sisi lain, propaganda juga dapat menyebabkan polarisasi politik. Ketika berbagai pihak saling menyerang melalui propaganda negatif, hal ini dapat memecah belah masyarakat menjadi kelompok-kelompok yang saling berseberangan, menciptakan ketegangan sosial yang berpotensi berbahaya.

Sementara itu, disinformasi memiliki dampak yang tidak kalah signifikan terhadap opini publik. Salah satu efek negatif dari disinformasi adalah kemampuannya untuk menyebarkan kebingungan di kalangan pemilih. Dengan menyebarkan fakta-fakta yang salah tentang kandidat atau isu-isu politik, disinformasi dapat membuat pemilih ragu dalam mengambil keputusan. Ketidakpastian yang ditimbulkan oleh informasi yang menyesatkan ini juga dapat mengurangi partisipasi pemilih dalam pemilu. Jika masyarakat merasa tidak yakin tentang kebenaran informasi yang beredar, mereka mungkin memilih untuk tidak menggunakan hak suara mereka. Lebih jauh lagi, penyebaran disinformasi dapat merusak kepercayaan publik terhadap institusi pemilu dan media mainstream. Ketika masyarakat tidak lagi percaya pada sumber informasi resmi, mereka cenderung mencari informasi dari sumber-sumber alternatif yang mungkin tidak kredibel, sehingga memperburuk situasi informasi yang telah ada.

Salah satu contoh nyata dari dampak disinformasi dalam pemilu di Indonesia terjadi pada Pemilu 2019. Terdapat hoaks mengenai tujuh kontainer surat suara yang telah dicoblos sebelum hari pemungutan suara. Berita palsu ini menyebar dengan cepat melalui media sosial dan menciptakan kepanikan serta ketidakpercayaan terhadap proses pemilu. Komisi Pemilihan Umum (KPU) dan Badan Pengawas Pemilu

[4] C. Juditha dan J. J. Darmawan, "Komunikasi Politik Terkait Hoaks Pada Pemilu Presiden Indonesia 2024", *Jurnal Studi Komunikasi dan Media*, Vol. 28, No. 02, 2024, hlm. 169.

[5] R. Nurdin, "Trolls, Disinformasi, Dan Strategi Kampanye: Tantangan Demokrasi Digital Dalam Pemilu 2024", *Electoral Governance Jurnal Tata Kelola Pemilu Indonesia,* Vol. 06, No. 01, 2024, hlm. 11.

(Bawaslu) harus turun tangan untuk menanggapi isu ini dengan melakukan peninjauan langsung ke lokasi terkait.[6]

Media sosial telah menjadi arena utama bagi penyebaran propaganda dan disinformasi selama pemilu di Indonesia. Dengan jutaan pengguna aktif, platform seperti Facebook, Twitter, dan Instagram memungkinkan pesan-pesan politik menyebar dengan cepat dan luas. Media sosial memberikan akses mudah bagi masyarakat untuk mendapatkan informasi tentang calon dan isu-isu politik lainnya. Namun, tidak semua informasi tersebut akurat. lgoritma yang digunakan oleh platform media sosial sering kali memperkuat konten-konten tertentu berdasarkan preferensi pengguna. Hal ini dapat menyebabkan "*echo chamber*," di mana pengguna hanya terpapar pada pandangan yang sejalan dengan keyakinan mereka sendiri. Penggunaan akun palsu atau "*trolls*" juga semakin marak dalam kampanye politik di media sosial. Mereka sering kali menyebarkan narasi provokatif atau berita palsu untuk memengaruhi opini publik.[7]

Dalam menghadapi tantangan propaganda dan disinformasi selama pemilu, beberapa langkah perlu dilakukan:

1. Masyarakat perlu diberikan edukasi mengenai literasi media agar dapat mengenali informasi yang kredibel dari yang tidak kredibel.
2. Pemerintah perlu memperkuat regulasi terkait penyebaran konten di media sosial untuk mencegah penyebaran disinformasi secara masif.
3. Mendorong adanya lembaga-lembaga pemeriksa fakta untuk menangkal berita palsu sebelum menyebar lebih luas.
4. Meningkatkan transparansi dalam iklan politik di media sosial agar publik dapat mengetahui siapa yang membiayai kampanye tersebut

Teknik Penyebaran Propaganda dan Disinformasi serta Pengaruhnya terhadap Persepsi Masyarakat terhadap Isu-Isu Sosial

Dalam era informasi saat ini, propaganda dan disinformasi telah menjadi alat yang sangat berpengaruh dalam membentuk opini publik. Terutama dalam konteks sosial dan politik, teknik-teknik ini digunakan untuk memanipulasi persepsi masyarakat terhadap isu-isu tertentu. Di Indonesia, di mana pemilu dan isu-isu sosial sering kali menjadi sorotan utama, pemahaman tentang teknik-teknik ini sangat penting.[8]

Propaganda adalah komunikasi yang dirancang untuk mempengaruhi sikap dan perilaku individu atau kelompok dengan menyebarkan informasi yang terpilih. Sementara itu, disinformasi adalah informasi yang salah atau menyesatkan yang disebarkan dengan sengaja untuk mempengaruhi opini publik. Keduanya memiliki tujuan yang sama, yakni membentuk pandangan masyarakat terhadap isu tertentu.

Teknik penyebaran propaganda dan disinformasi memainkan peran penting dalam membentuk opini publik, terutama dalam konteks pemilihan umum. Salah satu teknik yang umum digunakan adalah framing, di mana informasi disajikan dengan cara tertentu untuk membentuk pandangan publik. Misalnya, media dapat memilih untuk menyoroti aspek negatif dari suatu peristiwa, seperti menggambarkan kandidat tertentu sebagai korup tanpa memberikan bukti yang jelas. Selain itu, pengulangan pesan adalah teknik klasik dalam propaganda. Dengan menyampaikan pesan yang sama berulang kali, masyarakat cenderung menganggapnya sebagai kebenaran. Contoh nyata dapat dilihat selama kampanye politik, di mana slogan-slogan tertentu diulang terus-menerus untuk memperkuat citra kandidat.

Emosionalisasi juga merupakan strategi yang efektif, di mana penggunaan bahasa emosional dapat menarik perhatian masyarakat. Pesan-pesan yang membangkitkan emosi seperti kemarahan, ketakutan, atau kebanggaan lebih mungkin diingat dan diterima. Dalam konteks pemilu, kampanye sering kali menggunakan gambar dan narasi yang menggugah emosi untuk menarik dukungan. Selain itu, astroturfing adalah praktik menciptakan gerakan palsu yang tampak seperti gerakan akar rumput asli.

[6] *Ibid.,* hlm. 13.
[7] *Ibid.,* hlm. 15.
[8] F. Putra dan H. Patra, "Analisis Hoax Pada Pemilu: Tinjauan Dari Perspektif Pendidikan Politik", *Naradidik: Journal of Education and Pedagogy,* Vol. 02, No. 01, 2023, hlm. 98.

Teknik ini dilakukan dengan menggunakan akun palsu di media sosial untuk menyebarkan dukungan atau penolakan terhadap suatu isu atau kandidat, menciptakan ilusi bahwa ada dukungan luas dari masyarakat.

Manipulasi konten juga sering digunakan, di mana informasi diedit untuk mengubah maknanya. Ini termasuk mengeluarkan konteks dari kutipan atau menggunakan gambar yang dipotong secara strategis untuk mendukung narasi tertentu. Di era digital, disinformasi melalui media sosial telah menjadi platform utama bagi penyebaran propaganda. Dengan algoritma yang memprioritaskan konten emosional dan provokatif, informasi palsu sering kali menyebar lebih cepat daripada fakta yang benar. Konteks salah adalah teknik lain yang melibatkan penyajian informasi benar dalam konteks yang salah, menggiring opini publik ke arah tertentu, seperti menggunakan gambar atau video tanpa konteks aslinya.[9]

Dalam hal teknik penyebaran disinformasi, hoaks adalah informasi palsu yang sengaja dibuat untuk menipu publik, sering kali berkaitan dengan isu-isu sensitif seperti pemilu atau kesehatan. Konten menyesatkan adalah penggunaan informasi dengan cara yang dirancang untuk membingungkan pembaca, seperti statistik yang dipilih secara selektif atau kutipan tanpa konteks. Imposter content menciptakan informasi yang menyerupai sumber asli untuk mengelabui pembaca, sementara manipulated content berasal dari sumber asli tetapi telah diedit untuk menyampaikan pesan yang berbeda.

Pengaruh teknik-teknik ini terhadap persepsi masyarakat sangat signifikan. Mereka memiliki kekuatan besar dalam pembentukan opini publik, di mana masyarakat yang terpapar informasi yang salah atau diputarbalikkan secara terus-menerus cenderung membangun pandangan berdasarkan informasi tersebut daripada fakta objektif. Dampak lainnya adalah polarisasi sosial, di mana penyebaran disinformasi dapat membagi individu menjadi kelompok-kelompok berdasarkan keyakinan mereka, tanpa adanya dialog konstruktif antar kelompok. Krisis kepercayaan juga dapat terjadi; ketika masyarakat terpapar berita palsu secara terus-menerus, kepercayaan mereka terhadap media mainstream dan institusi pemerintah dapat terganggu, menciptakan skeptisisme di mana orang lebih cenderung mempercayai sumber-sumber alternatif tanpa verifikasi.

Dalam konteks pemilu, disinformasi dapat memengaruhi partisipasi pemilih dengan menciptakan kebingungan tentang prosedur pemungutan suara atau meragukan integritas proses pemilu itu sendiri. Akhirnya, manipulasi emosional melalui teknik emosionalisasi dapat membuat masyarakat bereaksi secara emosional daripada rasional terhadap isu-isu sosial, sehingga keputusan mereka lebih didasarkan pada perasaan ketimbang fakta.[10]

Selama pemilihan umum di Indonesia, banyak contoh nyata dari penggunaan teknik-teknik ini:

1. Pemilihan Presiden 2019: Selama kampanye antara Joko Widodo dan Prabowo Subianto, kedua belah pihak terlibat dalam penyebaran berbagai hoaks dan berita palsu tentang satu sama lain, menciptakan suasana ketidakpercayaan di kalangan pemilih.
2. Isu SARA (Suku, Agama, Ras, dan Antargolongan): Propaganda sering menggunakan isu SARA untuk membangkitkan emosi negatif terhadap kelompok tertentu guna mendapatkan dukungan politik.
3. Media Sosial sebagai Sarana Penyebaran: Banyak akun media sosial menggunakan teknik astroturfing untuk menciptakan kesan bahwa ada dukungan luas terhadap kandidat tertentu padahal sebenarnya tidak demikian.

Untuk mengatasi penyebaran propaganda dan disinformasi yang semakin meluas, berbagai upaya perlu dilakukan. Salah satu langkah penting adalah edukasi masyarakat mengenai literasi media. Memberikan pendidikan yang memadai akan membantu masyarakat mengenali berita palsu dan memahami cara kerja propaganda, sehingga mereka dapat lebih kritis dalam menilai informasi yang diterima. Selain itu, regulasi media sosial juga menjadi kunci dalam mengatasi masalah ini. Pemerintah perlu bekerja sama dengan platform media sosial untuk mengatur konten dan mencegah penyebaran

[9] F. Khosiah, dan Yuli R., "Kontrol Informasi Publik terhadap Fake News dan Hate Speech oleh Aliansi Jurnalis Independen", *Jurnal Anuva,* Vol. 03, No. 03, 2019, hlm. 295.
[10] Andi Y. Bachtiar, *Op.cit.,* hlm. 89.

disinformasi secara masif. Langkah ini akan membantu menciptakan lingkungan informasi yang lebih sehat dan akurat.[11]

Selanjutnya, mendorong adanya pemeriksaan fakta melalui lembaga-lembaga independen dapat menjadi strategi efektif untuk menangkal berita palsu sebelum menyebar lebih luas. Dengan adanya lembaga pemeriksa fakta yang kredibel, masyarakat dapat memiliki akses ke informasi yang telah diverifikasi, sehingga mengurangi kemungkinan mereka terjebak dalam disinformasi. Terakhir, transparansi informasi dalam iklan politik dan sumber-sumber informasi juga sangat penting. Meningkatkan transparansi akan membantu publik memahami asal-usul informasi yang mereka terima, sehingga mereka dapat membuat keputusan yang lebih baik dan terinformasi. Dengan langkah-langkah ini, diharapkan masyarakat dapat lebih terlindungi dari pengaruh negatif propaganda dan disinformasi.

Peran Media Massa, Terutama Media Sosial, dalam Penyebaran Informasi yang Salah dan Dampaknya terhadap Kepercayaan Publik

Di era digital saat ini, media massa, khususnya media sosial, memainkan peran yang sangat signifikan dalam menyebarkan informasi. Namun, bersamaan dengan kemudahan akses informasi, muncul pula tantangan besar berupa penyebaran informasi yang salah atau hoaks. Fenomena ini tidak hanya memengaruhi opini publik tetapi juga berdampak pada kepercayaan masyarakat terhadap institusi dan media mainstream.[12]

Media massa adalah sarana komunikasi yang menjangkau audiens luas dengan tujuan menyampaikan informasi, berita, hiburan, dan pendidikan. Media massa tradisional mencakup televisi, radio, surat kabar, dan majalah. Sementara itu, media sosial adalah platform digital yang memungkinkan pengguna untuk berinteraksi, berbagi konten, dan berpartisipasi dalam diskusi. Contoh media sosial termasuk Facebook, Twitter, Instagram, TikTok, dan YouTube. Penyebaran informasi yang salah di media sosial dapat terjadi melalui berbagai cara:

1. Hoaks: Informasi palsu yang sengaja dibuat untuk menipu publik. Hoaks sering kali menyasar isu-isu sensitif seperti politik, kesehatan, atau bencana alam.
2. Berita Palsu (*Fake News*): Berita yang disajikan seolah-olah benar tetapi sebenarnya tidak memiliki dasar fakta. Ini sering kali digunakan untuk mempengaruhi opini publik atau merusak reputasi individu atau kelompok.
3. Disinformasi: Penyebaran informasi yang salah dengan tujuan menyesatkan. Ini dapat mencakup manipulasi data atau konteks untuk mendukung narasi tertentu.
4. Ujaran Kebencian: Konten yang menargetkan individu atau kelompok berdasarkan ras, agama, atau identitas lainnya. Ujaran kebencian dapat memperburuk ketegangan sosial dan konflik.

Penyebaran informasi salah di media sosial dipengaruhi oleh beberapa faktor. Pertama, aksesibilitas dan kecepatan platform media sosial memungkinkan siapa saja untuk membuat dan menyebarkan konten tanpa proses verifikasi yang ketat. Hal ini memudahkan penyebaran informasi palsu dengan sangat cepat. Selain itu, algoritma media sosial sering kali memprioritaskan konten yang menarik perhatian, yang biasanya berupa informasi emosional atau sensasional, ketimbang konten yang akurat. Faktor lain yang berkontribusi adalah kurangnya literasi digital di kalangan pengguna. Banyak pengguna tidak memiliki keterampilan untuk membedakan antara informasi yang valid dan tidak valid, dan kurangnya pemahaman tentang cara kerja media sosial juga memperburuk masalah ini. Di samping itu, akun palsu dan trolls semakin banyak digunakan untuk menyebarkan hoaks atau propaganda, menciptakan ilusi dukungan atau penolakan terhadap isu tertentu.[13]

Dampak dari penyebaran informasi salah ini sangat signifikan. Salah satu dampaknya adalah krisis kepercayaan terhadap media mainstream. Ketika masyarakat terpapar informasi palsu secara terus-menerus, mereka mulai meragukan kredibilitas sumber berita resmi, yang dapat menyebabkan penurunan kepercayaan secara keseluruhan. Selain itu, penyebaran informasi salah dapat memperburuk polarisasi opini publik. Ketika individu terpapar pada narasi yang berbeda tanpa adanya verifikasi fakta, mereka

[11] Ismail Z. Al Fatih, dkk, "Peran Algoritma Media Sosial Dalam Penyebaran Propaganda Politik Digital Menjelang Pemilu", *Jurnal Kajian Stratejik Ketahanan Nasional,* Vol. 07, No. 01, 2024, hlm. 8.
[12] Yuli Rohmiyati, "Analisis Penyebaran Informasi Pada Sosial Media", *Jurnal Anuva*, Vol. 02, No. 01, 2018, hlm. 34.
[13] *Ibid.,* hlm. 34-35.

cenderung terjebak dalam kelompok dengan pandangan ekstrem, semakin memperkuat perpecahan di masyarakat. Ketidakpastian mengenai kebenaran informasi juga dapat mengurangi partisipasi publik dalam kegiatan politik atau sosial. Misalnya, jika pemilih merasa ragu tentang integritas pemilu akibat hoaks, mereka mungkin memilih untuk tidak memberikan suara. Terakhir, informasi palsu dapat memicu ketidakstabilan sosial dan konflik antar kelompok masyarakat; ujaran kebencian dan disinformasi tentang isu SARA sering kali menjadi pemicu kerusuhan dan ketegangan sosial.

Media sosial memiliki karakteristik unik yang membuatnya menjadi sarana efektif bagi penyebaran informasi salah:[14]

1. Kecepatan Penyebaran: Informasi dapat menyebar dalam hitungan detik melalui fitur berbagi (share) dan retweet di platform seperti Twitter dan Facebook.
2. Jangkauan Luas: Dengan miliaran pengguna di seluruh dunia, media sosial memungkinkan informasi mencapai audiens global dengan cepat.
3. Interaksi Pengguna: Pengguna dapat berinteraksi langsung dengan konten melalui komentar dan reaksi (like), sehingga meningkatkan visibilitas konten tersebut.
4. Keterlibatan Emosional: Konten yang emosional cenderung mendapatkan lebih banyak perhatian dan interaksi dibandingkan dengan konten informatif biasa.

Peran media massa, terutama media sosial, dalam penyebaran informasi yang salah sangat signifikan dan kompleks. Meskipun menawarkan akses cepat ke berbagai jenis informasi, media sosial juga menjadi sarana bagi penyebaran hoaks dan disinformasi yang dapat merusak kepercayaan publik terhadap institusi serta media mainstream.

SIMPULAN

Dalam konteks pemilihan umum di Indonesia, propaganda dan disinformasi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap opini publik dan kepercayaan masyarakat. Propaganda digunakan untuk membangun citra positif kandidat, sementara disinformasi dapat menciptakan kebingungan dan merusak integritas proses pemilu. Dengan kemajuan teknologi informasi dan media sosial, penyebaran kedua fenomena ini menjadi lebih cepat dan luas, memperburuk polarisasi sosial dan krisis kepercayaan terhadap media mainstream. Untuk mengatasi tantangan ini, penting bagi masyarakat untuk mendapatkan edukasi literasi media, pemerintah untuk memperkuat regulasi konten di media sosial, serta mendorong adanya lembaga pemeriksa fakta yang independen.

SARAN

Untuk menghadapi tantangan yang ditimbulkan oleh propaganda dan disinformasi dalam pemilihan umum di Indonesia, disarankan agar pemerintah, masyarakat, dan pemangku kepentingan lainnya bekerja sama dalam meningkatkan literasi media di kalangan publik. Program edukasi yang fokus pada keterampilan kritis dalam menilai informasi harus diprioritaskan. Selain itu, regulasi yang lebih ketat terhadap penyebaran konten di media sosial perlu diterapkan untuk mencegah penyebaran disinformasi. Mendorong pembentukan lembaga pemeriksa fakta yang independen juga sangat penting agar informasi yang beredar dapat diverifikasi dengan baik. Dengan langkah-langkah ini, diharapkan masyarakat dapat lebih memahami dan menghadapi tantangan informasi, sehingga dapat berpartisipasi secara aktif dan cerdas dalam proses demokrasi.

REFERENSI

Basuki, dkk. (2010). *Disinformasi Berita Politik dalam Media Massa*. (Yogyakarta: Bigraf Publishing, 2010).

Nurudin. (2012). *Pengantar Komunikasi Massa.* (Jakarta: Rajawali Pers).

Jurnal:

Al Fatih, I. Z., Putera, R. A., & Umar, Z. H. (2024). Peran Algoritma Media Sosial dalam Penyebaran Propaganda Politik Digital Menjelang Pemilu. *Jurnal Kajian Stratejik Ketahanan Nasional*, *7*(1), 1-12.

[14] Nurudin, *Pengantar Komunikasi Massa,* (Jakarta: Rajawali Pers, 2012), hlm. 78.

Bachtiar, A. Y., Perkasa, D. H., & Sadikun, M. R. (2016). Peran Media Dalam Propaganda. *KOMUNIKOLOGI: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, *13*(2).

Juditha, C. dan Darmawan, J. J. (2024). Komunikasi Politik Terkait Hoaks Pada Pemilu Presiden Indonesia 2024. *Jurnal Studi Komunikasi dan Media*, *28*(2), 167-182.

Khosiah, F., & Rohmiyati, Y. (2019). Kontrol Informasi Publik terhadap Fake News dan Hate Speech oleh Aliansi Jurnalis Independen. *Anuva: Jurnal Kajian Budaya, Perpustakaan, dan Informasi*, *3*(3), 291-302.

Nurdin, R. (2024). Trolls, Disinformasi, Dan Strategi Kampanye: Tantangan Demokrasi Digital Dalam Pemilu 2024. *Electoral Governance Jurnal Tata Kelola Pemilu Indonesia, 6*(1), 1-26.

Putra, F., & Patra, H. (2023). Analisis Hoax pada Pemilu: Tinjauan dari Perspektif Pendidikan Politik. *Naradidik: Journal of Education and Pedagogy*, *2*(1), 95-102.

Rohmiyati, Y. (2018). Analisis penyebaran informasi pada sosial media. *Anuva: Jurnal Kajian Budaya, Perpustakaan, dan Informasi*, *2*(1), 29-42.