

**DAMPAK BERITA HOAX DI MEDIA SOSIAL DALAM
MEMPENGARUHI OPINI MAHASISWA PADA SAAT
PEMILIHAN PRESIDEN DAN WAKIL PRESIDEN
REPUBLIK INDONESIA TAHUN
2019**

Oleh

PUTRI WULANDARI

NIM. E1051151044

Dr. Saherimiko, M.Si.

Dewi Utami, S.IP.MS

Email: putriwulandar09@gmail.com

Program Studi Ilmu Politik Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Tanjungpura Pontianak Tahun 2019.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan opini mahasiswa dalam menilai Dampak Berita Hoax di Media Sosial pada saat Pemilihan Presiden dan Wakil Presiden Republik Indoneisa Tahun 2019, yang dilakukan di Program Studi Ilmu Politik, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Tanjungpura Pontianak. Penelitian ini merupakan jenis penelitian deskriptif dengan metodologi kualitatif. Teori yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan teori Zaller (1992) tentang Media dan Pembentukan Opini. Hasil penelitian menunjukan (1) Mahasiswa menerima dampak dari informasi *hoax* yang mempengaruhi opini mereka terhadap jalannya pemilihan presiden dan wakil presiden republik indonesia tahun 2019, (2) Mahasiswa melakukan perlawanan pada saat berita yang didapat tidak sejalan dengan pemikiran mereka, (3) Mahasiswa menilai dari hasil yang mereka terima terhadap berita yang membentuk opini mereka, selanjutnya hal tersebut dijadikan pertimbangan untuk menilai calon presiden dan wakil presiden, (4) Mahasiswa merespon bahwa apa yang telah diberitakan di YouTube dan banyak nya berita hoax berdampak dalam pembentukan opini mereka dalam menilai serta memilih calon pemimpin Negara.

Kata Kunci : Berita Hoax, Media Sosial, Pembentukan Opini

**IMPACT OF HOAX NEWS IN SOCIAL MEDIA IN AFFECTING
STUDENT OPINION AT THE SELECTION OF PRESIDENTS
AND VICE PRESIDENTS OF THE REPUBLIC OF
INDONESIA 2019**

By

PUTRI WULANDARI

NIM. E1051151044

Dr. Saherimiko, M.Si.

Dewi Utami, S.IP.MS

Email: putriwulandar09@gmail.com

Political Science Study Program Faculty of Social and Political Science
Universitas Tanjungpura Pontianak 2019.

ABSTRACT

This study aims to describe the opinions in assessing the Impact of Hoax News in Social Media during the Elections of the President and Vice President of the Republic of Indonesia in 2019, conducted at the Political Science Study Program, Faculty of Social and Political Sciences, Tanjungpura University, Pontianak. This study is a type of descriptive research with a qualitative methodology. The theory used in this study is the theory of Zaller (1992) about Media and Opinion Formation. The results showed that (1) Students received the impact of hoax information that affected their opinions on the course of the Elections of President and Vice President of the Republic of Indonesia in 2019, (2) Students put up resistance when the news they received was not in line with their thoughts, (3) Students assessed from the results they received on the news that shape their opinions, then it was taken into consideration to evaluate the presidential and vice presidential candidates, (4) Students responded that what has been reported on YouTube and the news hoaxes had an impact on the formation of their opinions in evaluating and electing potential leaders of the State.

Keywords: Hoax news, sosial media, opinion formation

A. Pendahuluan

1. Latar Belakang Penelitian

Media sosial merupakan media komunikasi yang paling efektif, dan efisien serta memiliki peran penting sebagai agenda perubahan dan pembaharuan. Penggunaan media sosial sebagai jembatan untuk membantu proses peralihan masyarakat yang tradisional ke masyarakat yang modern, khususnya untuk mentransfer informasi politik yang dilaksanakan pemerintah kepada masyarakatnya. Mengikuti perkembangan zaman dengan adanya beragam media *online* diantaranya *YouTube*. Kemudahan serta efisiensi yang ditawarkan media *online* dalam penggunaannya menjadikan media ini wadah penyebaran informasi yang sangat berpengaruh pada masyarakat. Media *online* tidak hanya mengubah cara penyampaian informasi tetapi juga mengubah cara masyarakat mengonsumsi informasi tersebut. Media sosial *YouTube* juga dapat membentuk opini yang baik bahkan buruk sesuai dengan

informasi yang di diperoleh. Bahkan pemilih pemula juga menggunakan *YouTube* untuk menjangkau informasi politik. Tak hanya kaum muda, Para elit politik juga mengikuti perkembangan zaman. Mereka juga menggunakan media sosial seperti *YouTube* untuk menunjukkan eksistensi diri untuk menarik simpatiasan, suara (*vote*).

Hoax merupakan informasi atau berita yang berisi hal-hal yang belum pasti atau yang benar-benar bukan merupakan fakta yang terjadi. Sedangkan, ujaran kebencian merupakan berita yang bersifat mengajak atau mengadu domba seseorang untuk percaya dengan berita tersebut tak jarang memunculkan unsur SARA dalam pemberitaannya. Kini informasi atau berita yang dianggap benar tidak lagi mudah ditemukan.

Survey Mastel (2017) mengungkapkan bahwa dari 1.146 responden, 44,3% diantaranya menerima berita *hoax* setiap hari dan 17,2 menerima lebih dari satu kali dalam

sehari, bahkan media arus utama yang diandalkan sebagai media yang dapat dipercaya

kadang ikut terkontraminasi penyebaran *hoax*.

Media arus utama juga menjadi saluran penyebar informasi/berita *hoax*, masing-masing sebesar 1,20% (radio), 5% (media cetak) dan 8,70% (televisi).

Tidak saja oleh media arus utama, kini *hoax* sangat banyak beredar di masyarakat melalui media *online*. Hasil penelitian oleh Mastel (2017) menyebutkan bahwa saluran yang banyak menyebarkan *hoax* adalah situs web, sebesar 34,90%, aplikasi *chatting* (Whatsapp, Line, Telegram) sebesar 62,80%, dan melalui media sosial (*YouTube*, Facebook, *Twitter*, Instagram dan Path) yang merupakan media terbanyak digunakan yaitu mencapai 92,40%. Sementara itu, data yang dipaparkan oleh kementerian komunikasi dan informatika (kominfo) menyebut ada sebanyak 800 ribu situs di Indonesia yang terindikasi penyebar *hoax* dan ujaran kebencian (Pratama, 2016).

Fenomena *hoax* atau berita bohong adalah salah satu bentuk *Cyber Crime* yang kelihatannya sederhana, mudah dilakukan namun berdampak sangat besar bagi kehidupan sosial masyarakat.

Pemilihan Presiden dan Wakil Presiden Republik Indonesia adalah salah satunya, peristiwa skala nasional yang terpengaruh oleh *hoax*. Berita bohong atau *hoax* sangat banyak tersebar atau disebarkan ke media sosial online pada masa pemilihan presiden dan wakil presiden di tahun 2019. Banyak orang terpegaruh oleh berita *hoax* tersebut, sehingga muncul rasa curiga, benci, terus terbawa walaupun pemilihan presiden dan wakil presiden sudah selesai berlangsung.

2. Identifikasi Masalah

Dalam uraian latar belakang yang di kemukakan dalam penelitian ini, maka dapat diidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Banyaknya berita yang menayangkan ujaran kebencian.
2. Berita bohong yang mengadu domba (*Hoax*).

3. Pembatasan Penelitian

Untuk mendapatkan hasil yang baik jelas terarah maka sangat penting untuk membatasi penelitian ini agar penelitian ini tidak menyimpang dari fokus penelitian.

Hoax di *YouTube* pada saat pemilihan presiden dan wakil presiden tahun 2019”.

Penelitian ini berfokus pada : “Dampak Berita *Hoax* di *YouTube* dalam Mempengaruhi Opini mahasiswa Ilmu Politik FISIP, UNTAN pada saat Pemilihan Presiden dan Wakil Presiden Republik Indonesia tahun 2019”.

4. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang dipaparkan, dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut: Apa Dampak Berita *Hoax* Di *YouTube* dalam Mempengaruhi Opini Mahasiswa Ilmu Politik FISIP, UNTAN pada saat Pemilihan Presiden dan Wakil Presiden Republik Indonesia tahun 2019 ?

5. Tujuan Penelitian

Agar penelitian ini dapat tercapai sesuai dengan sasarannya maka perlu dirumuskan tujuan penelitian ini. Adapun yang menjadi tujuan dalam penelitian ini adalah : “Untuk mendeskripsikan Opini Mahasiswa Ilmu Politik FISIP, Universitas Tanjungpura Pontianak terhadap Dampak Berita

6. Manfaat Penelitian

Berdasarkan persoalan dan tujuan peneliti yang telah ditetapkan maka manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah ilmu pengetahuan di bidang ilmu politik khususnya kajian politik komunikasi kepada mahasiswa.

2. Manfaat Praktis

Dengan adanya penelitian ini, diharapkan dapat memberikan manfaat kepada mahasiswa, dan diharapkan dapat memberikan gambaran kepada politisi yang menekuni politik sehingga dapat membuat sebuah metode praktis dalam pemanfaatan teknologi media baru dengan seharusnya, sebagai alat komunikasi yang efektif untuk menarik simpati pemilih.

B. TINJAUAN PUSTAKA

Media sosial atau media baru (*new media*) merupakan media alternatif dimana media tersebut mengajak siapa saja yang tertarik untuk

berpartisipasi dengan memberikan kontribusi dan *feedback* secara terbuka, serta membagi informasi dalam waktu yang cepat dan tidak terbatas. Media sosial kini tidak telah berkembang dengan pesat. Dengan kecepatan dalam penyebaran informasi dan komunikasi yang bersifat timbal balik, media sosial dalam beberapa hal telah mampu menggeser fungsi media konvensional. (Tabroni, 2014:160).

1. YouTube

Situs *web video sharing* (berbagi video) atau yang lebih dikenal dengan sebutan *YouTube* merupakan media baru. Yang populer dimana para pengguna dapat memuat, menonton dan berbagi klip filem, TV, serta video buatan para penggunanya sendiri (Tamburaka, 2013:83).

Salah satu layanan dari google ini, memfasilitasi penggunaannya untuk mengupload video dan diakses oleh pengguna lainnya yang ada diseluruh dunia secara gratis. Bisa dikatakan *YouTube*

adalah database video yang paling populer didunia internet, dan yang paling lengkap dan variatif.

2. Media Dan Politik

Media biasanya dipandang mampu untuk dan sebagian berpendapat, wajib untuk

memberikan forum bagi ekspresi dan diskusi berbagai macam ide-ide yang sering bertentangan ini secara khusus penting menjelang pemilu, dimana warga mendasari keputusannya setidaknya pada proposal kebijakan siapa yang mereka angap paling menarik. Akan tetapi, bahkan ketika pemilu masih jauh, tipe diskusi ini berguna untuk memberi informasi kepada warga, dan sebagian besar sarjana percaya bahwa demokrasi mendapat manfaat dari warga yang berpengetahuan luas.

3. Media baru

Media baru memiliki sejumlah ciri penting yang membedakannya dari media lama. Pertama, ada variasi yang besar dalam kontennya, baik dari segi keluasan (jumlah topik) maupun dari segi kedalamannya

(jumlah informasi tentang topik itu). Media lama memiliki keterbatasan konten, karena ada pertimbangan ruang dan waktu. Media baru tidak punya keterbatasan semacam itu. Kedua, media baru memiliki kontrol lebih besar kepada pengguna (*user*) atas informasi apa

lain, internet berpotensi menciptakan konteks politik dimana ada sekelompok kecil orang yang memiliki banyak informasi, sangat aktif, dan partisan, dan sekelompok besar orang yang tidak banyak informasi, tidak tertarik dan tidak peduli (Pillar, 2007).

yang akan diterimanya. Dalam model broadcast, media menentukan informasi apa yang akan ditransmisikan, dan orang hanya punya sedikit sumber informasi alternatif. Dalam model media baru, orang punya lebih banyak kemampuan untuk memilih sendiri sumbernya dan menggali lebih dalam jika mereka merasa perlu.

4. Media Baru Dan Partisipasi

Bagi orang yang tertarik dengan politik, internet memberi kesempatan untuk mendapatkan lebih banyak informasi, memperhatikan suatu isu, merekrut partisipan lain, menggalang dana, dan mengorganisasikan pertemuan tatap muka dengan orang-orang yang sehaluan dan yang berhaluan berbeda. Jadi, bagi orang-orang ini, internet menawarkan *outlet* dan sumber alternatif untuk minat dan partisipasi politik mereka. Dengan kata

5. Pengertian Opini Publik

Opini publik merupakan bentuk kelompok (sosial) yang kolektif dan tidak permanen. Kata “publik” melukiskan kelompok manusia yang berkumpul spontan dengan menghadapi suatu persoalan.

Menurut Arifin, opini publik adalah salah satu bentuk efek dari pesan politik dalam proses komunikasi yang bersumber dari politikus misalnya, akan menjelma menjadi pesan politik dari public kepada politikus melalui media massa. Dengan demikian, politikus yang pada awalnya berperan sebagai sumber pesan politik akan berubah menjadi penerima pesan atau informasi, dan publik akan berubah menjadi sumber pesan atau informasi tentang opini publik yang tercipta.

Komunikasi politik yang bersifat timbal balik dan dua arah ini diperankan oleh media massa selain membentuk opini publik, juga menyalurkan opini publik.

6. Tantangan: *Hoax* dan ujaran kebencian

Dari sejumlah hal positif terkait dengan keberadaan internet tersebut, dalam

prakteknya, muncul sejumlah tantangan, terutama dalam implementasi internet sebagai ruang publik baru yang efektif. Tantangan itu adalah *hoax* dan ujaran kebencian yang ada diinternet. Dalam *Cambridge Dictionary* (2017), disebutkan bahwa *hoax* adalah rencana untuk menipu kelompok besar orang; bisa juga diterjemahkan sebuah tipuan, intinya *hoax* adalah informasi yang tidak berdasarkan fakta atau data, melainkan tipuan dengan tujuan memperdaya masyarakat dengan model penyebaran yang massif.

7. Teori Media Dan Pembentukan Opini

Banyak periset sepakat bahwa warga biasa akan kurang cangguh secara politik dan kurang informasi (Conversal, 1964; Neuman, 1986; Zaller, 1992). Beberapa ilmuwan politik percaya bahwa media berperan penting dalam membentuk

opini yang memengaruhi penentuan pilihan orang (Iyengar & Kinder, 1987 ; Zaller).

Teori John Zaller (dalam Marijan Kacung, 2013:81) dalam tulisannya *Nature and Origins of Mass Opinion* mengatakan bahwasanya opini publik mempunyai kekuatan besar dalam mempengaruhi kebijakan dalam

negeri bahkan mungkin saja hingga internasional. Namun Zaller menambahkan lagi sebuah teori “*elite led-opinion*” dimana opini tersebut ternyata dikendalikan dan mengikuti kemana jalannya kaum-kaum elit.

C.METODE PENELITIAN

1. Jenis Penelitian

Adapun jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini di sesuaikan dengan masalah dan tujuan penelitian.

Penelitian ini menggunakan jenis deskriptif dengan metode kualitatif. Dimana dalam penelitian ini yaitu berusaha mendapatkan informasi yang selengkap mungkin mengenai Dampak Berita *Hoax* di Media Sosial dalam Mempengaruhi Opini Mahasiswa pada saat

Pemilihan Presiden dan Wakil Presiden Republik Indonesia Tahun 2019. Menurut Bongdan dan Taylor (Dalam Moleong, 2007:4), mengatakan bahwa dengan penelitian pendekatan kualitatif adalah “prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau tulisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat

diamati”. Selanjutnya dijelaskan oleh David Williams (Dalam Moleong, 2007:5) mengemukakan bahwa “penelitian kualitatif adalah pengumpulan data pada suatu latar alamiah, dengan menggunakan metode alamiah, dan dilakukan oleh orang atau peneliti yang tertarik secara alamiah”.

2. Langkah-Langkah Penelitian

Menurut Masyruri dan Zainudin (2008:46), untuk memperoleh data yang diperlukan, peneliti dapat melakukan langkah-langkah sebagai berikut:

1. Penelitian kepustakaan (*Library Research*), dengan cara mencari teori-teori, informasi, mempelajari literature, majalah-majalah ilmiah dan laporan-laporan untuk menemukan konsep-

konsep dan hal yang berhubungan dengan permasalahan penelitian dan juga memperluas pembahasan yang disajikan penulis dan penelitian Dampak Berita *Hoax* di Media Sosial dalam Mempengaruhi Opini Mahasiswa Ilmu Politik FISIP, UNAN pada saat Pemilihan Presiden dan Wakil Presiden Republik Indonesia Tahun 2019.

2. Penelitian lapangan (*field research*), yaitu dengan mengadakan penelitian langsung kelapangan terhadap objek yang diteliti guna mengumpulkan data-data, informasi, dan fakta yang ada, dimana sifatnya relevan dengan permasalahan penelitian terutama untuk memperoleh gambaran umum tentang Dampak Berita *Hoax* di Media Sosial dalam Mempengaruhi Opini Mahasiswa Ilmu Politik FISIP, UNTAN pada saat Pemilihan Presiden dan Wakil Presiden Republik Indonesia Tahun 2019.

3. Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi dalam penelitian ini dilakukan di Program Studi Ilmu Politik. Adapun waktu

penelitian ini terhitung mulai dari Juli hingga September 2019.

4. Subyek dan Obyek Penelitian

Subjek penelitian ini yang peneliti fokuskan adalah Mahasiswa Prodi Ilmu Politik di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu politik, Universitas Tanjungpura Pontianak. Dalam penelitian ini yang menjadi objek dari penelitian adalah Dampak Berita *Hoax* di

YouTube dalam Mempengaruhi Opini Mahasiswa Ilmu Politik FISIP, UNTAN pada saat Pemilihan Presiden dan Wakil Presiden Republik Indonesia Tahun 2019.

5. Instrumen Pengumpulan Data

Untuk mendapatkan data dan fakta penelitian maka penelitian menggunakan alat pengumpulan data sebagai berikut :

1. Pedoman observasi partisipatif, yaitu pengumpulan data dengan cara melakukan pengamatan langsung dan mencatat segala setiap gejala yang tampak pada saat penelitian dilakukan, hal ini dilakukan guna mendapatkan data yang sebenarnya.

2. Pedoman wawancara, yaitu pertanyaan yang telah di siapkan sebelumnya, sebagai pedoman untuk memperoleh data kepada sumber informasi yang berkaitan dengan permasalahan yang diteliti. Jenis wawancara yang di gunakan pada penelitian ini dapat mengajukan pertanyaan-pertanyaan yang lebih dalam dan leluasa, tanpa terkait oleh suatu susunan pertanyaan yang telah di siapkan sebelumnya.

3. Alat dokumentasi, yaitu berupa foto dengan narasumber pada saat penelitian dilokasi penelitian.

6. Teknik Pengumpulan Data

Adapun teknik pengumpulan data yang penulis pergunakan adalah :

1. Wawancara

Menurut Arikunto (2002:145), “*Interview* atau wawancara adalah sebuah dialog yang dilakukan oleh pewawancara (*interviewer*) untuk memperoleh informasi dan terwawancara”. Menurut Nazir (1998), wawancara adalah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan

cara tenya jawab atau sambil bertatap muka Antara si penanya atau pewawancara dengan si penjawab atau informan dengan menggunakan alat yang dinamakan *Interview guide* (panduan wawancara). Dimana dalam hal ini pelaksanaan dilakukan dengan melakukan tatap muka secara langsung dengan mengajukan pertanyaan yang telah dipersiapkan dalam panduan wawancara sebelumnya untuk memperoleh informasi atau gambaran konkrit mengenai masalah yang

diteliti. Dalam hal ini yang menjadi objek wawancara adalah Dampak Berita *Hoax* di Media Sosial dalam Mempengaruhi Opini Mahasiswa pada saat Pemilihan Presiden dan Wakil Presiden Republik Indonesia Tahun 2019.

2. Observasi

Peneliti terlibat dengan kegiatan sehari-hari orang yang sedang diamati atau yang digunakan sebagai sumber data penelitian. Sambil melakukan pengamatan, peneliti ikut melakukan apa yang dikerjakan oleh sumber data, dan ikut merasakan suka dukanya. Dengan observasi partisipan ini, maka data yang diperoleh akan

lebih lengkap, tajam, dan sampai mengetahui pada tingkat makna dari setiap perilaku yang nampak. Gejala dan fakta yang berkaitan dengan komunikasi politik media sosial dalam memberikan pemahaman informasi politik kepada aktivis Mahasiswa di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Tanjungpura Pontianak.

3. Dokumentasi

Merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu, pelengkap dari penggunaan metode

observasi dan wawancara dalam penelitian kualitatif.

7. Teknik Analisis Data.

1. Reduksi Data

Data yang diperoleh dari lokasi penelitian ditulis dalam bentuk uraian. Data yang dikumpulkan akan terus menambah, sehingga dilakukan reduksi data yaitu dengan cara menyisihkan data yang tidak diperlukan dan menggunakan data yang sesuai. Mereduksi data berarti merangkum memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang

penting, dicari tema dan polanya. Dengan demikian data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang jelas, dan mencarinya jika diperlukan, (Sugiyono, 2009:247).

2. Display Data

Display data atau penyajian data lingkungan untuk memudahkan dalam melihat gambaran baik secara menyeluruh atau bagian-bagian tertentu dalam penelitian ini, maka penyajian data bisa dalam bentuk gambar, bagan atau uraian (narasi). Dengan mendisplay kan data, maka akan memudahkan untuk memahami apa yang terjadi, merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang telah dipahami tersebut, (Sugiyono, 2009:249).

3. Ferivikasi

Berusaha untuk mencari makna dari data yang telah diperoleh. Hal yang dilakukan peneliti sejak dilapangan dalam proses pengumpulan data, mencari pola, tema dan hubungan persamaan. Dari kegiatan itu dapat diperoleh kesimpulan walaupun masih sementara (interaktif) namun dengan melakukan verifikasi selama penelitian

berlangsung, penelitian berlangsung dapat ditarik kesimpulan yang mendasar (*grounded*), (Sugiyono, 2009:250).

8.. Teknik Keabsahan Data

Teknik keabsahan data yang dilakukan dalam penelitian ini dengan Trigulasi, dalam pengujian kerdebilitas ini diartikan sebagai pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara, dan berbagi waktu (sugiyono, 2011:125).

1. Triangulasi Sumber

Trigulasi sumber untuk menguji kreadibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan trigulasi sumber yaitu penelitian mewawancarai Mahasiswa Ilmu Poltik di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Tanjngpura Pontianak.

2. Triangulasi Waktu

Waktu juga sering mempengaruhi kreadibilitas data. Data yang dikumpulkan dari

berbagai sumber data yang akan memberikan data yang lebih valid sehingga lebih kredibel. Untuk pengujian kreadibilitas data dapat dilakukan dengan cara melakukan pengecekan dengan wawancara, observasi atau teknik lain dalam waktu atau situasi yang berbeda, (Sugiyono, 2011:175).

D.HASIL DAN PEMBAHASAN

Media sosial merupakan media komunikasi yang paling efektif, dan efisien serta memiliki peran penting sebagai agenda agenda perubahan dan pembaharuan. Kemajuan teknologi di era globalisasi membawa perubahan besar, terlebih munculnya jejaring sosial seperti *YouTube* mempermudah mahasiswa untuk mencari berita tentang jalannya kegiatan politik. Politik di *YouTube* bisa merupakan politik praktis yang memudahkan untuk berkampanye, yaitu politik yang bisa menjangkau seluruh lapisan

masyarakat dengan tujuan ide-ide dan aksi nyata untuk kebaikan umum bisa tersampaikan dengan menyeluruh. Inilah politik yang memiliki daya dobrak. Berbagai isu sosial dan *hoax* sering kali muncul di *YouTube*.

1. Dampak Berita *Hoax* di *Youtube*

Hoax adalah informasi yang palsu atau tidak benar. *Hoax* di buat dengan berbagai tujuan, mulai dari untuk lelucon hingga untuk tujuan yang serius. Penyebaran berita *hoax* ini sangat cepat seiring dengan maraknya penggunaan media sosial di Indonesia. Menurut Werme (2016) *fake news* sebagai berita palsu yang mengandung informasi yang sengaja menyesatkan orang dan memiliki agenda politik tertentu. *Hoax* bukan sekedar *misleading* alias menyesatkan, informasi dalam *fake news* juga tidak memiliki landasan faktual, tetapi disajikan seolah-olah sebagai serangkaian fakta.

2. Opini Mahasiswa Ilmu Politik FISIP UNTAN

Opini adalah hasil interaksi diskusi atau penilaian sosial antar individu tersebut yang berdasarkan pertukaran pikiran yang sadar dan

rasional yang dinyatakan baik lisan maupun tertulis.

Pada saat Pemilihan Presiden dan Wakil Presiden Republik Indonesia Tahun 2019 memang menyita banyak perhatian khususnya dikalangan mahasiswa dimana maraknya berita *hoax* yang memenuhi laman media sosial yang diantaranya bahkan menjadi *trending topic* di *YouTube*. Adanya perang isu-isu politik tentang pasangan calon Presiden dan Wakil Presiden Republik Indonesia yang dilakukan oleh oknum yang tidak bertanggungjawab dalam mempengaruhi opini mahasiswa.

Dari beberapa unsur opini, yakni : **Penerimaan**, yang diterima mahasiswa berupa berita *hoax* di *YouTube* pada saat pemilihan presiden dan wakil presiden memang sangat mempengaruhi opini mahasiswa, mereka beranggapan hal berita yang beredar tersebut bukan lah hal yang baik, dan seharusnya memang harus ada kejelasan untuk setiap berita yang tidak benar ini, sebelum terlanjur tersebar luas dan membentuk opini khalayak. **Perlawanan**,

yang dilakukan mahasiswa terhadap penilaian mereka pada pasangan calon presiden akibat dari informasi yang mereka terima dari *YouTube* ada beberapa mahasiswa memang tidak menerima sehingga memang ada timbul reaksi atas apa yang telah mempengaruhi opini mereka, sebagian memang sengaja mengumpulkan kelompok dengan kepentingan yang sama selanjutnya mereka mengkeritiki dengan terjun langsung ke lapangan (aksi sosial) dalam hal ini membantu supaya lebih cermat jangan mudah terprovokasi atas berita *hoax*

yang ada. **Aksesibilitas**, nilai dan hasil yang telah di capai oleh objek yang di beritakan selanjtnya menjadi suatu pertimbangan untuk dinilai oleh penerima informasi yaitu mahasiswa. **Respon**, reaksi yang ditimbulkan oleh mahasiswa setelah menerima informasi atau berita yang banyak terindikasi *hoax* di *YouTube* sehingga mempengaruhi opini mereka. Reaksi yang ditimbulkan yaitu membentuk opini yang selanjutnya menjadikan mereka memiliki pemikiran atau

pandangan yang berbeda kepada calon presiden dan wakil presiden republik indonesia.

Hal yang menarik dari penelitian ini yaitu demografi pengguna *YouTube* itu mahasiswa ilmu politik hampir semua menggunakan *YouTube* dalam pemenuhan informasi. *YouTube* adalah sarana yang mampu menguatkan mahasiswa dan ruang publik. Melalui *YouTube* mahasiswa bisa mendapatkan informasi tentang isu-isu politik, kebijakan pemerintah, dan perilaku para tokoh publik tanpa harus menonton Televisi.

E. PENUTUP

1. Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil penelitian yang dilakukan secara langsung oleh penulis maka dapat diambil kesimpulan bahwa:

1. Penerimaan

Dari analisis pernyataan mahasiswa, mengenai informasi yang diterima mahasiswa sehingga terbentuknya opini. Dapat disimpulkan bahwa Dampak Berita *hoax* di *YouTube*

memegang pengaruh besar terhadap pola pikir dan cara pandang mahasiswa dalam menilai sosok seorang calon pemimpin Negara. Bahkan dengan kemajuan teknologi komunikasi mahasiswa dapat menerima informasi tanpa ada batasan jarak. Ada berbagai macam dampak yang akan terjadi dan secara tidak langsung turut membentuk karakter mahasiswa, mulai dari dampak positif sampai dampak yang negatif akibat adanya informasi yang *hoax* dan ujaran kebencian, hal ini tentu berdampak pada keterlibatan yang mendalam dalam menilai calon presiden dan wakil presiden bagi mahasiswa. Hal semacam ini lah yang

menyebabkan terjadinya opini yang keliru bagi mahasiswa.

2. Perlawanan

Dari analisis pernyataan mahasiswa mengenai perlawanan dalam banyaknya Berita *hoax* di *YouTube*. Dapat disimpulkan bahwa ada faktor pendukung yang mempengaruhi opini mereka terhadap berita yang mereka tonton pada saat pemilihan presiden dan wakil

presiden, yaitu kebijakan pemerintah dalam menyebarkan informasi yang tidak sesuai fakta yang sebenarnya, sehingga ketidakadilan dan rasa tidak puas akan pencapaian suatu informasi tersebut menimbulkan kekecewaan pada mahasiswa. Sebagian dari mahasiswa mengakui tidak puas akan apa yang sedang diberitakan sehingga mereka melakukan perlawanan dalam berbentuk pemikiran yang di tuangkan dalam bentuk tulisan, serta aksi bersama anggota organisasinya. Bisa di bilang saluran informasi memang sangat berpengaruh terhadap opini dan pola pikir mahasiswa, dari media mereka mendapatkan informasi dan informasi tersebut

menjadi tolak ukur untuk menilai sesuatu bagi mahasiswa.

3. Aksesibilitas

Dari analisis pernyataan mahasiswa, mengenai aksesibilitas mereka terhadap Berita *hoax* di *YouTube* yang mereka terima dapat disimpulkan bahwa mahasiswa meyakini opini mereka terhadap jalannya pemilihan presiden dan

wakil presiden dari informasi yang mereka dapat begitu pula pandangan mereka terhadap calon pemimpin Negara mereka lebih menilai integritas, kredibilitas, dan komitmen pasangan calon presiden dan wakil presiden. Poin-poin inilah yang menjadi tolak ukur bagi mahasiswa dalam meyakini pilihan mereka serta diperkuat oleh media informasi yang membantu untuk mendapatkan informasi tersebut.

4. Respons

Dari analisis pernyataan mahasiswa, mengenai respon mereka terhadap Berita *hoax* di *YouTube* yang mereka terima. Mahasiswa beranggapan bahwa apa yang menjadi pengaruh terbesar dalam merespon suatu informasi yang di dapatkan oleh mereka tergantung dari sumber dan

isi dari informasi tersebut, dimana informasi itu di anggap menarik. Dengan demikian maka akan ditanggapi adalah tergantung pada informasi yang didapat dan pada keadaan mahasiswa itu sendiri. Selain itu mahasiswa juga sering menggunakan *youtube* yang menurut mereka mudah dan praktis, dengan

youtube mereka tetap bisa *update* dalam berita-berita politik.

2. Saran

1. Menerima atau tidak suatu informasi itu tergantung pada apa yang menjadi sumber informasi. Informasi yang transparan mengenai situasi pemerintahan sangat penting apalagi untuk menilai sosok calon pemimpin Negara. Untuk mahasiswa media penyampaian informasi yang relevan sesuai fakta yang sebenarnya sangat diperlukan, apalagi informasi mengenai kebijakan calon pemimpin serta citra diri saat pemilihan presiden dan wakil presiden berlangsung itu akan menjadi suatu berita yang menarik bagi mahasiswa. Media alternatif membantu keterbatasan ruang dan waktu bagi mahasiswa akan tetapi di sadari

juga bahwa media alternatif seperti *youtube* ini juga memiliki kekurangan dalam menyampaikan informasi yang sesuai fakta. Ini yang menjadikan mahasiswa mempunyai opini yang berbeda-beda terhadap informasi yang mereka dapat. Mahasiswa Prodi Ilmu Politik, hendaknya lebih

selektif dalam memilih informasi tentang politik, dengan mencari sumber media yang terpercaya. Dengan kata lain, mahasiswa di tuntut untuk bisa menjadi contoh bagi masyarakat dalam menerima informasi yang relevan dalam memperdalam kajian ilmu politik.

2. Banyaknya informasi yang bukan fakta atau *hoax* mengakibatkan tersebarnya opini yang salah dan perlawanan pada mahasiswa, informasi yang tersebar di *youtube* ini mengakibatkan adanya efek yang berakibat pada pemahaman mereka terhadap jalannya perpolitikan serta jalannya proses pemilihan presiden dan wakil presiden republik Indonesia. Mahasiswa dituntut harus bisa lebih memperdalam intuisinya dalam menyikapi setiap informasi yang beredar di *youtube* khususnya pada saat pemilihan presiden dan wakil presiden

republik Indonesia dalam menilai sosok calon pemimpin Negara. Menganalisis informasi tersebut sehingga menjadi informasi yang bernilai independen. Mahasiswa juga harus

ikut andil dalam menyaring/membatasi informasi yang tersebar di masyarakat agar tidak terjadi perlawanan serta opini yang keliru, dimana banyak berita *hoax* pada saat pemilihan presiden dan wakil presiden republik Indonesia. Supaya tidak terjadi penafsiran yang salah dalam menyikapi citra calon presiden yang bisa mengganggu kestabilan serta opini masyarakat.

Andriadi Fayakhun. 2017. *Partisipasi Politik Virtual Demokrasi Netizen di Indonesia*. Jakarta: PT. Semesta Rakyat Merdeka.

Arikunto, Suarsini. 2002. *Perosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*. Yogyakarta: PT. Rineka Cipta.

Cangara Hafied. 2016. *Komunikasi Politik, Konsep, Teori, dan Strategi*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.

Cangara Hafied. 2010. *Pengantar Ilmu Politik*. Depok: PT RajaGrafindo Persada.

Gatara, Sahid. 2008. *Ilmu Politik (Memahami dan Menerapkan)*. Bandung: Pustaka Setia.

Herianto Gun Gun. 2018. *Media Komunikasi Politik. Relasi Kuasa Media di Panggung Politik*. Yogyakarta: IRCiSoD.

Labolo, Ilham. 2015. *Partai Politik Dan Sistem Pemilihan Umum Di Indonesia. Teori, konsep dan isu strategi*. Jakarta : PT RajaGrafindo Persada.

Moleong, Lexy J. 2007. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

Marijan Kacung. 2013. *ILMU POLITIK dalam paradigm abad ke-21*. Jakarta: PT Kharisma Putra Utama.

Masyhuri dan Zainudin. 2008 . *Metode Penelitian Pendekatan Praktis Dan Aplikasi*. Bandung: PT. Refika Aditama.

Nazir. 1998. *Metode Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia.

F. DAFTAR PUSTAKA

Nasrullah, Ruli. 2015. *Media Sosial (Perspektif Komunikasi)*. Jakarta: Simbiosis Mektama Media Grup.

- Onong Uchjana Effendy. 2006. *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung : PT. Citra Aditya Bakti.
- Sendjaja. 2004. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta : Raja Grafindo Persada.
- Sumadiria , A.S Haris. 2014. *Sosiologi Komunikasi Massa*. Bandung: Simbiosia Rekatama Media.
- Sugiyono. 2009. *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&B*. Bandung : Alfabeta CV.
- Sugiyono. 2011. *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&B*. Bandung : Alfabeta CV.
- Tabroni Roni. 2014. *Komunikasi Politik Pada Era Multimedia*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Uchjana. 1993, *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta : raja grafindo persada.
- David, 2017. (Jurnal Skripsi) Pengaruh Konten Vlog dalam Youtube terhadap Pembentukan Sikap Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Sam Ratulangi.
<https://media.neliti.com/media/publications/93363-ID-pengaruh-konten-vlog-dalam-youtube-terha.pdf>
Diakses Pada Senin, 11 April 2019. Pada Pukul 08:30
- Asmary, 2018. (Jurnal Skripsi) Peran Instagram Di Kalangan Mahasiswa Angkatan 2015 Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Makassar.

<http://eprints.unm.ac.id/9871/1/JURNAL%20FRIES%20MAULHAYAT.pdf>
- Diakses Pada Senin, 11 April 2019. Pada Pukul 08:40
- Sunu, 2019. Hasil riset pengguna media sosial di Indonesia, ternyata ada peningkatan 2019.
<http://wartakota.tribunnews.com/2019/02/11/hasil-riset-pengguna-media-sosial-di-indonesia-ternyata-ada-peningkatan>
Diakses Pada Senin, 11 April 2019. Pada Pukul 09:12
- Hootsuite (we are social): Indonesia digital report 2019.
<https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2019/>
Diakses Pada Senin, 12 April 2019. Pada Pukul 10:40
- Zaller's RAS Model.
<http://desart.us/courses/3180/RAS.html>
Diakses Pada Senin, 27 Mei 2019. Pada Pukul 08:13
- Vanzelen, Oki 2016, Strategi Kampanye Kepala Desa Terpilih Desa Danau Rata Tahun 2013 di Kabupaten Muara Enim Provinsi Sumatera Selatan Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Lampung Bandar Lampung.