

**ANALISIS PESAN EDUKATIF BERITA POLITIK PADA MASA  
KAMPANYE CAPRES-CAWAPRES PEMILU 2024 DI INSTAGRAM  
(STUDI PADA INSTAGRAM @TURNBACKHOAXID DENGAN  
PENDEKATAN AGENDA SETTING)**



**SKRIPSI**

**Diajukan kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri  
Sunan Kalijaga Yogyakarta untuk Memenuhi Sebagian Syarat-syarat  
Memperoleh Gelar Sarjana Strata I**

**Oleh:**

**VEBRI ALDIANSYAH**

**20102010008**

**Pembimbing:**

**NANANG MIZWAR HASYIM, S.Sos., M.Si.**

**19840307 201101 1 013**

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM  
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI  
UIN SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA**

**2025**

## HALAMAN PENGESAHAN



KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA  
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI  
Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 515856 Fax. (0274) 552230 Yogyakarta 55281

### PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-1252/Un.02/DD/PP.00.9/08/2025

Tugas Akhir dengan judul : ANALISIS PESAN EDUKATIF BERITA POLITIK PADA MASA KAMPANYE  
CAPRES-CAWAPRES PEMILU 2024 DI INSTAGRAM (STUDI PADA INSTAGRAM  
@TURNBACKHOAXID DENGAN PENDEKATAN AGENDA SETTING)

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : VEBRI ALDIANSYAH  
Nomor Induk Mahasiswa : 20102010008  
Telah diujikan pada : Senin, 11 Agustus 2025  
Nilai ujian Tugas Akhir : A-

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

### TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Sidang

Nanang Mizwar Hasyim, S.Sos., M.Si  
SIGNED

Valid ID: 68a74b5d2e19f



Penguji I

Seiren Ikhtiar, M.A.  
SIGNED

Valid ID: 68a574a0f684



Penguji II

Nitra Galih Imansari, M.Sos.  
SIGNED

Valid ID: 68a57448d889



Yogyakarta, 11 Agustus 2025  
UIN Sunan Kalijaga  
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi  
Prof. Dr. Arif Maftuhin, M.Ag., M.A.I.S.  
SIGNED

Valid ID: 68a7b4e4621d

## SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA  
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

Alamat : Jl. Marsda Adisucipto, Telp. (0274) 515856, Fax. (0274) 552230  
E-mail: [fd@uin-suka.ac.id](mailto:fd@uin-suka.ac.id), Yogyakarta 55281

### SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

Kepada:  
Yth. Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi  
UIN Sunan Kalijaga  
Di Yogyakarta

*Assalamu 'alaikum Wr. Wb*

Setelah membaca, meneliti, memberikan persetujuan, dan mengoreksi serta mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami selaku pembimbing berpendapat bahwa skripsi saudara:

Nama : Vebri Aldiansyah  
NIM : 20102010008  
Judul Skripsi : ANALISIS PESAN EDUKATIF BERITA POLITIK PADA MASA KAMPANYE CAPRES-CAWAPRES PEMILU 2024 DI INSTAGRAM (STUDI PADA INSTAGRAM @TURNBACHOXID DENGAN PENDEKATAN AGENDA SETTING)

Sudah dapat diajukan kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu dalam bidang *Broadcasting*.

Dengan ini kami berharap agar skripsi tersebut di atas dapat segera dimunaqosyahkan, atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

*Wassalamu 'alaikum Wr. Wb.*

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

Yogyakarta, 4 Agustus 2025

Mengetahui,  
Kepala Program Studi

Saptoni, S.Ag., M.A.  
NIP. 19730221 199903 1 002

Dosen Pembimbing

Nanang Mizwar Hasyim, S.Sos., M.Si.  
NIP. 19840307 201101 1 013

## SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Vebri Aldiansyah

NIM : 202102010008

Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Fakultas : Dakwah dan Komunikasi

Menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa skripsi saya yang berjudul Analisis Pesan Edukatif Berita Politik Pada Masa Kampanye Capres-Cawapres PEMILU 2024 di Instagram (Studi Pada Instagram @turnbackhoaxid dengan Pendekatan Agenda Setting) adalah hasil karya pribadi yang tidak mengandung plagiarisme dan tidak berisi materi yang dipublikasikan atau ditulis orang lain, kecuali bagian-bagian tertentu yang penyusun ambil sebagai acuan dengan tata cara yang dibenarkan secara ilmiah.

Apabila terbukti pernyataan ini tidak benar, maka penyusun siap mempertanggungjawabkannya sesuai dengan hukum yang berlaku.

Yogyakarta, 4 Agustus 2025

Yang menyatakan,

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

METERAI  
TEMPEL  
5F7DEANX004749311  
Vebri Aldiansyah

NIM 20102010008

## HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan segenap rasa syukur dan ketulusan hati, skripsi ini saya persembahkan kepada sosok-sosok yang memiliki peran besar dalam perjalanan hidup dan pendidikan saya.

Kepada ayah saya tercinta yang telah berpulang ke haribaan-Nya, semoga setiap tetes ilmu dalam skripsi ini menjadi amal jariyah yang terus mengalir untukmu di alam keabadian. Untuk ibu tersayang, yang dari kejauhan selalu mengirimkan peluk dan doa dalam diam, serta menjadi cahaya harapan di tengah letihnya proses ini, terima kasih atas ketegaran, kasih sayang, dan keikhlasan yang tak pernah surut.

Kepada keluarga besar saya, kakak, abang, dan adik tercinta yang tak henti menjadi tempat berpulangnya semangat, canda, serta motivasi saat diri ini nyaris kehilangan arah.

Skripsi ini juga saya persembahkan untuk dunia akademik yang menjadi rumah bagi pencarian kebenaran, serta bagi seluruh pembelajar yang menjadikan ilmu sebagai jalan pengabdian. Teristimewa kepada para dosen yang telah menjadi jembatan ilmu dan inspirasi terima kasih atas bimbingan, kepercayaan, dan kesediaan menuntun saya hingga titik ini.

Tak lupa juga skripsi ini saya dedikasikan kepada para sahabat dan rekan seperjuangan yang kebersamaian saya dalam perjalanan akademik ini, memberikan ruang diskusi yang hangat, serta saling menguatkan dalam momen-momen sulit yang terlewati.

Semoga skripsi ini tak hanya menjadi simbol capaian akademik, namun juga menjadi kontribusi kecil yang membawa manfaat di masa kini dan mendatang.



## MOTTO

“Kekuatan media bukan pada seberapa banyak ia berbicara, tetapi pada isu apa yang ia pilih untuk diperbincangkan. Di ruang digital, setiap klarifikasi adalah penegasan, dan setiap edukasi adalah investasi untuk masa depan demokrasi.”

“Setiap lembar penelitian ini adalah bukti bahwa melawan hoaks bukan pekerjaan instan. Saya percaya, satu klarifikasi kecil yang benar bisa memberi dampak lebih besar daripada ribuan kabar bohong yang hanya lewat di layar.”

(Penulis)



## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah Swt., Tuhan Semesta Alam, atas limpahan rahmat, taufik, dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul “Analisis Pesan Edukatif Berita Politik pada Masa Kampanye Capres-Cawapres Pemilu 2024 di Instagram (Studi pada Instagram @turnbackhoaxid dengan Pendekatan Agenda Setting)” dengan sebaik-baiknya. Selawat dan salam semoga senantiasa tercurah kepada Nabi Muhammad Saw., beserta keluarga dan para sahabat beliau.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) pada Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta. Lebih dari itu, penyusunan skripsi ini merupakan bentuk aktualisasi dari pengetahuan dan pemahaman yang penulis peroleh selama menempuh studi akademik.

Terselesaikannya skripsi ini tentu tidak terlepas dari dukungan, bimbingan, dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada:

1. Rektor UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, Bapak Prof. Noorhaidi, S.Ag., M.A., M.Phil., Ph.D.
2. Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, Bapak Prof. Dr. Arif Maftuhin, M.Ag., M.A.

3. Ketua Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, Bapak Saptoni, S.Ag., M.A.
4. Dosen Penasihat Akademik, Bapak Dr. Mohammad Zamroni, S.Sos.I., M.Si
5. Dosen Pembimbing Skripsi, Bapak Nanang Mizwar Hasyim, S.Sos., M.Si yang telah memberikan bimbingan meluangkan waktu dan mencurahkan pikiran sehingga skripsi ini dapat selesai.
6. Seluruh Dosen Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam yang telah mencurahkan ilmu yang sangat berharga bagi penulis selama masa studi.
7. Segenap civitas akademika Fakultas Dakwah dan Komunikasi yang telah membantu penulis sedikit banyaknya dalam menyelesaikan proses menulis skripsi ini.
8. Orang tua terkasih, Alm. bapak M.Syukri A. dan ibu Mariah yang kasih sayangnya tak pernah sirna dan do'a yang tak pernah luput serta dukungan moral, finansial dan segalanya yang tak pernah padam untuk selalu diberikan kepada penulis hingga saat ini. Terkhusus untuk ibu, "*lihat senyummu memberikan kekuatan,*" sosok orang tua tunggal yang sangat hebat dan berjuang segala cara untuk membesarkan anaknya, tak kenal letih dan selalu memprioritaskan anak-anaknya diatas dirinya sendiri. Cinta yang tak pernah luput darinya adalah kekuatan bagi penulis untuk bertahan sejauh ini. Semoga kita kelak segera bertemu setelah bertahun-tahun hidup di tempat yang jauh ini.



9. Keluarga, kakak Melan Berlianti, adik Herdy Armansyah dan abang Veri Andika yang turut menjadi penopang dan selalu ada untuk siaga bagi penulis dalam keadaan apapun.
10. Sahabat seperjuangan penulis, baik di kampus maupun di luar kampus, Azzam, Rafi, Luci, Titi, Fahmi, Ojan, Firman, Malik, Dilla, Emil, Dinda, Aldi, Rafel, Viky, Lala, Annisa yang sampai saat ini masih menemani, membantu dan membersami penulis. Berbagi cerita, keluh-kesah, candaan serta kehidupan di tanah rantau ini.
11. Semua teman, saudara, dan keluarga besar yang tidak bisa penulis sebutkan satu-persatu yang senantiasa mendukung dan memberikan doa terhadap kebaikan penulis.
12. Terakhir, untuk diri penulis sendiri Vebri Aldiansyah, terima kasih banyak telah berani, bertanggung jawab, bertahan dan yakin atas semua pilihan yang kamu ambil sampai dititik ini. Kamu hebat telah menjadi versi terbaik dirimu sendiri. Perjuangan masih terus berlanjut, dan sampai pada akhirnya kamu akan berkata pada diri sendiri, *“melihatmu bersemi dan bermekaran.”*

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Namun, penulis berharap dapat terus belajar dan mengembangkan pemahaman dalam mengimplementasikan ilmu yang telah diperoleh. Ucapan terima kasih yang tulus penulis sampaikan kepada semua pihak yang telah memberikan bimbingan, masukan, serta dukungan moril dan materil selama proses penyusunan skripsi ini.

Semoga Tuhan Yang Maha Esa senantiasa melimpahkan rahmat dan keberkahan-Nya kepada mereka semua. Semoga karya ini dapat memberi manfaat dan kontribusi bagi pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya di bidang akademik. Aamiin.



## ABSTRAK

*Vebri Aldiansyah, 20102010008, Mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.*

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana pesan edukatif dalam klarifikasi hoaks politik disampaikan melalui akun Instagram @turnbackhoaxid selama masa kampanye Capres–Cawapres Pemilu 2024. Dengan menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dan metode analisis konten, studi ini bertujuan untuk memahami bagaimana akun tersebut mengklarifikasi hoaks dan pendidikan publik. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi terhadap konten *carousel* pada akun Instagram @turnbackhoaxid. Hasil analisis terhadap 14 konten menunjukkan bahwa pesan edukatif didominasi oleh Klarifikasi Hoaks Politik (34,10%), diikuti oleh Edukasi Literasi Digital (31.70) serta Framing Netral dan Transparan (29.30). Temuan ini mengindikasikan bahwa @turnbackhoaxid tidak hanya berfungsi sebagai media informasi berita, tetapi juga sebagai media pendidikan penting yang meningkatkan literasi digital, serta membentuk pemahaman publik yang kritis terhadap informasi politik yang keliru, sesuai dengan teori *Agenda Setting*. Lebih lanjut, temuan penelitian ini mengeksplorasi pemahaman peran media sosial dalam melawan disinformasi dan memperkuat demokrasi digital.

**Kata Kunci: Analisis Pesan, Hoaks, PEMILU, Agenda Setting.**



## **ABSTRACT**

*Vebri Aldiansyah, 20102010008, Student of Study Program of Islamic Communication and Brodcasting, Faculty of Da'wah and Communication, State Islamic University Sunan Kalijaga Yogyakarta.*

*This research aims to analyze how educative message within political hoax clarification content was delivered through @turnbackhoaxid Instagram account during the 2024 presidential election campaign period. Through descriptive qualitative approach and content analysis method, this study intends to understand how this account clarifies hoax and public enlightenment. Data was collected through observation on the carousel contents on @tunbackhoaxid Instagram account. Analysis on 14 content shows that educative message was dominated by Political Hoax Clarification (34,10%), followed by Digital Literation Education (31.70) and Neutral and Transparent Framing (29.30%). This finding indicates that @turnbackhoaxid not only serves as news information media, but also as a crucial education media that improves digital literation, as well as shaping critical public understanding towards false political information, according to the Agenda Setting Theory. Furthermore, this research finding explore understanding regarding the role of social media in opposing disinformation and strengthen digital democracy.*

**Keywords: Content Analysis, Hoaxes, Presidential Election, Agenda Setting.**



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>ii</b>
<b>SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI .....</b>	<b>iii</b>
<b>SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN .....</b>	<b>v</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>xi</b>
<b><i>ABSTRACT</i> .....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xvi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	7
C. Tujuan Penelitian.....	7
D. Manfaat Penelitian.....	8
E. Kajian Pustaka.....	8
F. Kerangka Teori.....	12
G. Metode Penelitian.....	18
H. Sistematika Pembahasan .....	23
<b>BAB II GAMBARAN UMUM.....</b>	<b>1</b>
A. Instagram Sebagai Media Komunikasi Politik Digital.....	1
B. Kampanye Capres-Cawapres Pemilu 2024 di Era Media Sosial .....	26
C. Hoaks Politik dalam Masa Kampanye .....	30
D. Peran dan Aktivitas Akun @turnbackhoaxid .....	33

E. Relevansi Instagram @turnbackhoaxid dalam Perspektif Agenda Setting .....	42
F. Urgensi Literasi Digital dalam Klarifikasi Politik .....	46
<b>BAB III HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>50</b>
A. Gambaran Umum Data Penelitian.....	50
B. Klasifikasi Konten Klarifikasi Hoaks Berita Politik di Instagram @turnbackhoaxid .....	53
C. Identifikasi Pesan Edukatif dalam Konten Klarifikasi .....	57
D. Analisis Efektivitas Penyampaian Pesan Edukatif dalam Klarifikasi Hoaks Berita Politik .....	86
E. Diskusi Temuan dengan Literatur Terdahulu .....	91
F. Implikasi Penelitian.....	94
<b>BAB IV PENUTUP .....</b>	<b>97</b>
A. Kesimpulan.....	97
B. Saran.....	98
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>100</b>
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP .....</b>	<b>103</b>

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
**SUNAN KALIJAGA**  
 YOGYAKARTA



## DAFTAR TABEL

Tabel 1. Spesifikasi Akun @turnbackhoaxid .....	34
Tabel 2. Aktivitas Akun.....	35
Tabel 3. Klasifikasi Konten Hoaks.....	56
Tabel 4. Intensitas Kemunculan Kategori Pesan Edukatif .....	60
Tabel 5. Analisis Pesan Edukatif Klarifikasi Hoaks Politik .....	62
Tabel 6. Analisis Pesan Edukatif Framing Netral dan Transparan .....	70
Tabel 7. Analisis Pesan Edukatif Edukasi Literasi Digital.....	77
Tabel 8. Analisis Pesan Edukatif Pencegahan Polarisasi Politik.....	84



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Persentase Pengguna Media Sosial .....	4
---	---



# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Pemilihan umum (pemilu) menjadi salah satu bagian penting dari sistem demokrasi di Indonesia, dimana rakyat diberi hak untuk memilih wakilnya berdasarkan informasi, ide, dan gagasan yang disampaikan secara terbuka. Dalam konteks demokrasi yang sehat, keterbukaan informasi menjadi prasyarat utama bagi partisipasi politik masyarakat secara aktif dan rasional<sup>1</sup>. Namun, dalam praktiknya, penyelenggaraan pemilu di era digital tidak selalu berjalan seiring dengan semangat demokrasi deliberatif. Justru, dengan perkembangan media sosial yang cepat, muncul berbagai tantangan baru seperti polarisasi politik, maraknya ujaran kebencian, hingga yang paling masif penyebaran hoaks atau berita bohong<sup>2</sup>.

Salah satu bentuk penyimpangan dalam komunikasi politik yang sangat meresahkan adalah berita hoaks. Hoaks merupakan berita, pesan atau informasi palsu yang dengan sengaja dibuat dengan tujuan untuk menipu atau menyesatkan masyarakat. Tak jarang hoaks dilakukan demi kepentingan politik tertentu.

---

<sup>1</sup> Dahl, R. A. (1989). *Democracy and Its Critics*. Yale University Press.

<sup>2</sup> Wardle, C., & Derakhshan, H. (2017). *Information Disorder: Toward an Interdisciplinary Framework*. Council of Europe.

Menjelang dan selama pemilu, berita-berita hoaks kerap bermuatan politik dan digunakan sebagai senjata untuk menjatuhkan lawan<sup>3</sup>.

Menurut Vosoughi, Roy, dan Aral, penyebaran berita palsu di media sosial terbukti menyebar jauh lebih cepat daripada informasi yang benar. Bahkan, berita palsu memiliki peluang 70% lebih besar untuk dibagikan ulang dibanding berita faktual<sup>4</sup>.

Dalam konteks Indonesia, tren ini dapat dilihat dari peningkatan jumlah hoaks menjelang Pemilu 2024. Data dari Kementerian Komunikasi dan Informatika menunjukkan lebih dari 100 isu hoaks yang teridentifikasi sejak awal 2023 hingga menjelang masa kampanye resmi dimulai<sup>5</sup>. Mayoritas berita-berita tersebut disebar dan tersebar melalui media sosial, dengan konten menyerang kandidat tertentu, menjelekkan partai politik lawan, atau menyebarkan ketakutan dan ketidakpercayaan terhadap proses pemilu. Hoaks menjadi alat ampuh untuk menggiring opini publik secara cepat dan masif<sup>6</sup>.

Dari sekian banyak platform media sosial, Instagram menjadi salah satu kanal utama penyebaran dan konsumsi informasi politik. Karakteristik visual Instagram yang mengutamakan gambar, video singkat, serta infografis

---

<sup>3</sup> Allcott, H., & Gentzkow, M. (2017). "Social media and fake news in the 2016 election." *Journal of Economic Perspectives*, 31(2), 211–236.

<sup>4</sup> Vosoughi, S., Roy, D., & Aral, S. (2018). "The spread of true and false news online." *Science*, 359(6380), 1146–1151.

<sup>5</sup> Kementerian Komunikasi dan Informatika. (2023). *Laporan Statistik Hoaks Pemilu 2024*. [www.kominfo.go.id](http://www.kominfo.go.id)

<sup>6</sup> Tandoc, E. C., Lim, Z. W., & Ling, R. (2018). "Defining 'fake news': A typology." *Digital Journalism*, 6(2), 137–153.

membuatnya lebih mudah menarik perhatian audiens, khususnya generasi muda. Hal ini berbeda dengan platform lain seperti Facebook atau Twitter (X) yang lebih berbasis teks. Dengan demikian, Instagram memiliki daya jangkauan yang signifikan dalam membentuk persepsi publik, termasuk dalam hal penerimaan dan penyebaran hoaks politik.

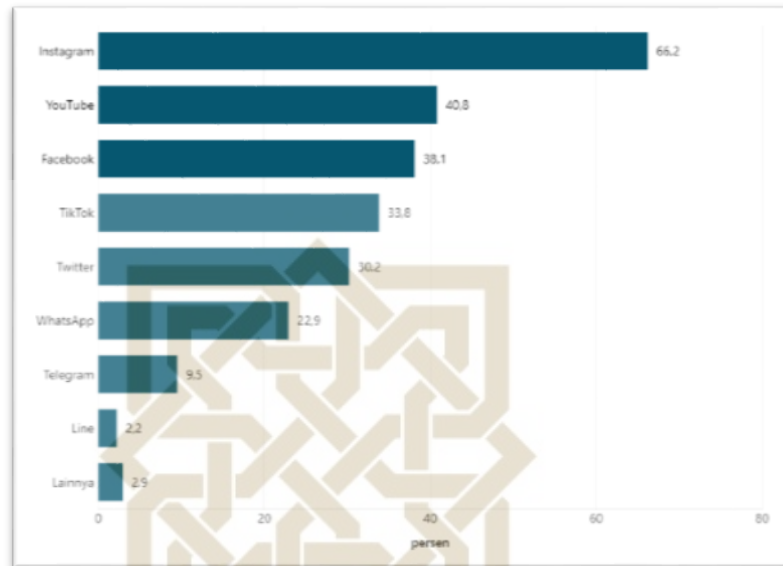
Melihat masa kampanye pemilu yang dilakukan di era modern saat ini, tentunya keterlebitan *platform* digital seperti media sosial akan sangat berpengaruh terhadap keberhasilan para kandidat dalam menyampaikan visi misi mereka dan mempermudah publik mendapatkan informasi seputar pesta demokrasi ini. Media sosial dengan penggunaan terbanyak oleh Gen-z dan Milenial di Indonesia dalam mengakses informasi politik terhadap kandidat calon presiden -calon wakil presiden, partai politik, dan kampanye pemilu 2024 yaitu Instagram<sup>7</sup>. Oleh karena itu, memahami bagaimana pesan edukatif dikonstruksi dan disampaikan melalui Instagram menjadi penting untuk membaca dinamika literasi digital publik pada masa kampanye.

Persentase mayoritas penggunaan media sosial dalam mengakses informasi politik adalah sebagai berikut :

---

<sup>7</sup> Nabilah Muhamad, "Ini Media Sosial Yang Dipakai Anak Muda Untuk Akses Informasi Politik", diakses tanggal 9 Januari 2024. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/11/14/ini-media-sosial-yang-dipakai-anak-muda-untuk-akses-informasi-politik>

**Gambar 1 Persentase Pengguna Media Sosial**



Sumber : Katadata.co.id

Dalam demokrasi ideal, pemilih seharusnya dapat menentukan pilihan politiknya secara sadar, bebas, dan berbasis pada informasi yang valid. Namun, kenyataan di lapangan menunjukkan adanya kesenjangan antara idealisme demokrasi dan realitas komunikasi politik yang tercemar oleh manipulasi informasi<sup>8</sup>. Kesenjangan ini memunculkan pertanyaan penting: bagaimana masyarakat dapat membuat keputusan politik yang rasional jika informasi yang mereka terima telah dimanipulasi oleh kepentingan tertentu melalui hoaks? Di sini lah peran media menjadi sangat strategis dalam menentukan agenda isu mana yang dianggap penting oleh publik, sesuai dengan konsep teori Agenda Setting<sup>9</sup>.

<sup>8</sup> Entman, R. M. (1993). "Framing: Toward clarification of a fractured paradigm." *Journal of Communication*, 43(4), 51–58.

<sup>9</sup> McCombs, M., & Shaw, D. (1972). "The Agenda-Setting Function of Mass Media." *Public Opinion Quarterly*, 36(2), 176–187.



Teori Agenda Setting menyebutkan bahwa media tidak hanya cukup menyampaikan informasi, namun juga menetapkan prioritas atas isu-isu atau agenda yang dianggap penting dan layak diperbincangkan masyarakat. Melalui penekanan terhadap isu tertentu, media dapat memengaruhi persepsi publik tentang apa yang penting dan relevan<sup>10</sup>.

Dalam konteks ini, akun Instagram @turnbackhoaxid menjadi salah satu aktor media digital yang memiliki peran penting dalam menangkal hoaks, khususnya selama masa kampanye Capres-Cawapres Pemilu 2024. Akun ini dijalankan oleh Masyarakat Anti Fitnah Indonesia (MAFINDO) dan berfokus pada klarifikasi hoaks serta edukasi literasi digital masyarakat. Dengan pendekatan verifikasi fakta dan penyajian informasi berbasis bukti, akun @turnbackhoaxid aktif membagikan konten edukatif yang berisi klarifikasi hoaks politik serta ajakan kepada masyarakat untuk menyaring informasi secara kritis sebelum mempercayainya atau menyebarkannya kembali<sup>11</sup>.

Keunikan dari @turnbackhoaxid adalah kemampuannya menyampaikan pesan edukatif dengan gaya visual yang ringan namun tetap akurat. Hal ini penting mengingat platform Instagram sangat digemari oleh kalangan muda, terutama Gen Z dan milenial, yang menjadi pemilih potensial dalam pemilu. Dengan begitu, akun ini bukan hanya berperan sebagai kanal klarifikasi, tetapi

---

<sup>10</sup> Baran, S. J., & Davis, D. K. (2015). *Mass Communication Theory: Foundations, Ferment, and Future* (7th ed.). Cengage Learning.

<sup>11</sup> MAFINDO (Masyarakat Anti Fitnah Indonesia). (2024). *Laporan Kinerja Media Sosial @turnbackhoaxid*.

juga sebagai media pembentuk persepsi publik melalui edukasi yang konsisten. Di sinilah keterkaitan kuat antara aktivitas akun ini dengan teori Agenda Setting menjadi relevan untuk diteliti.

Penelitian ini berupaya mengidentifikasi bagaimana pesan-pesan edukatif dalam klarifikasi hoaks politik selama masa kampanye disusun, disampaikan, dan diterima oleh publik. Fokusnya adalah pada narasi, visual, serta format penyampaian yang digunakan oleh @turnbackhoaxid. Melalui pendekatan kualitatif deskriptif dan metode analisis isi, penelitian ini menelaah konten unggahan akun tersebut selama periode 28 November 2023 – 10 Februari 2024, yakni masa resmi kampanye menurut KPU. Penelitian ini penting untuk mengetahui bagaimana peran media sosial tidak hanya dalam menyebarkan informasi, tetapi juga dalam menyusun ulang agenda publik agar masyarakat lebih melek terhadap bahaya hoaks, terutama di tahun politik. Di sisi lain, penelitian ini juga ingin menyoroti tantangan yang dihadapi oleh media klarifikasi hoaks seperti @turnbackhoaxid, misalnya: kecepatan penyebaran hoaks yang lebih masif daripada klarifikasinya, serta bias politik masyarakat yang membuat mereka menolak klarifikasi jika tidak sesuai dengan keyakinan politik mereka<sup>12</sup>. Dengan menganalisis strategi komunikasi dan penyajian pesan edukatif di akun ini, penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam

---

<sup>12</sup> Pennycook, G., & Rand, D. G. (2019). "The Implied Truth Effect: Attaching Warnings to a Subset of Fake News Stories Increases Perceived Accuracy of Stories Without Warnings." *Management Science*, 66(11), 4944–4957.

pengembangan literasi digital dan pemahaman tentang dinamika penyebaran informasi politik di ruang digital. Selain itu, hasil penelitian ini juga dapat dijadikan dasar pertimbangan bagi pemerintah, penggiat media, serta lembaga pengawas pemilu dalam merancang strategi komunikasi politik dan penguatan edukasi masyarakat terhadap berita palsu.

Penelitian dengan judul “Analisis Pesan Edukatif Berita Politik Pada Masa Kampanye Capres-Cawapres Pemilu 2024 di Instagram (Studi pada Instagram @turnbackhoaxid dengan Pendekatan Agenda Setting)” dirasa penting untuk mengungkap bagaimana media klarifikasi hoaks dapat menjadi garda depan dalam mencerdaskan publik selama kontestasi politik.

#### **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang fokus masalah dalam penelitian ini yaitu bagaimana pesan edukatif berita politik pada masa kampanye capres-cawapres pemilu 2024 di instagram?

#### **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang telah disebutkan, tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui pesan edukatif berita politik pada masa kampanye capres-cawapres pemilu 2024 di instagram.

#### **D. Manfaat Penelitian**

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memperoleh manfaat. Adapun manfaat yang dimaksud oleh peneliti terbagi dalam 2 hal, yaitu sebagai berikut :

##### **1. Manfaat Teoritis**

Penelitian ini diharapkan mampu mengembangkan *khazanah* dan wawasan dalam konteks kajian keilmuan di bidang Komunikasi dan Penyiaran Islam terkait konten hoaks berita politik di Instagram. Diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan program studi Komunikasi dan Penyiaran Islam khususnya konsentrasi *Broadcasting*.

##### **2. Manfaat Praktis**

Peneliti mengharapakan agar penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi para akademisi dan praktisi komunikasi umumnya, serta mahasiswa-mahasiswi Komunikasi dan Penyiaran Islam, khususnya, dalam menjadi rujukan untuk penelitian terkait konten hoaks berita politik pada masa pemilihan umum.

#### **E. Kajian Pustaka**

Peneliti menemukan beberapa kajian atau penelitian terdahulu yang memiliki kaitan serupa dengan tema pembahasan mengenai konten hoaks berita politik. Dalam kajian pustaka ini peneliti mencari relevansi topik pembahasan serupa yang bertujuan untuk memberikan pandangan konstruktif serta perbedaan dengan kajian sebelumnya agar dapat menjadi sarana identifikasi untuk

melengkapi celah dari penelitian yang terdahulu sehingga mampu membawa nilai kebaruan pada penelitian yang dilakukan oleh peneliti.

Berdasarkan tinjauan pustaka yang telah dilakukan, penelitian-penelitian terdahulu dapat dikategorikan ke dalam empat kelompok utama, antara lain :

### **1. Manfaat Teoritis Analisis Isi Hoaks dalam Pemilu di Media Sosial**

Kategori ini mencakup penelitian yang berfokus pada pemahaman masyarakat terhadap hoaks politik yang tersebar di media sosial, khususnya dalam konteks pemilu. Penelitian oleh Dita Kharunnisa (2021) mengkaji bagaimana masyarakat memahami klarifikasi hoaks terkait Pemilu 2019 di Facebook. Menggunakan metode kuantitatif dengan analisis isi deskriptif dan teori resepsi oleh Stuart Hall, penelitian ini menemukan bahwa mayoritas komentar masyarakat terhadap klarifikasi hoaks masuk dalam kategori *Tidak Jelas*, karena audiens lebih fokus pada dampak hoaks daripada klarifikasinya<sup>13</sup>.

### **2. Struktur dan Karakteristik Berita Hoaks di Media Sosial**

Kategori ini mencakup penelitian yang menganalisis bagaimana berita hoaks disusun dan unsur-unsur apa saja yang menjadikannya tidak valid. Penelitian oleh Ulva Nur Ma'rifah (2023) berfokus pada unsur berita dalam berita hoaks di media sosial, khususnya pada akun PPID Diskominfo Jateng.

---

<sup>13</sup> Dita Kharunnisa, "Analisis Isi Komentar Konten Klarifikasi Hoaks Pada Jejaring Sosial *Facebook* (Studi Analisis Isi Komentar Klarifikasi Hoaks Mengenai Pemilu 2019 Pada *Facebook Fanspage Indonesian Hoaxes* Periode 2 Januari 2019 – 16 April 2019", (Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Sebelas Maret), 2021.

Dengan metode analisis isi, penelitian ini menemukan bahwa banyak berita hoaks tidak memenuhi unsur 5W+1H, sehingga menyebabkan informasi menjadi tidak akurat<sup>14</sup>.

### 3. Strategi Pencegahan Hoaks di Tahun Politik

Kategori ini membahas penelitian yang mengidentifikasi strategi dalam menangkal penyebaran hoaks selama tahun politik. Penelitian oleh Suliyansyah (2023) menyoroti sembilan strategi utama dalam menghadapi hoaks selama tahun politik, termasuk peningkatan literasi media, penerapan kebijakan yang konsisten, serta pengawasan hukum yang lebih ketat. Menggunakan pendekatan *Systematic Literature Review*, penelitian ini memberikan gambaran komprehensif tentang bagaimana berbagai pihak dapat berperan dalam menangkal hoaks politik<sup>15</sup>.

### 4. Analisis Literasi Digital dalam Menangkal Hoaks

Kategori ini mencakup penelitian yang berfokus pada literasi digital dan peran edukasi dalam meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap hoaks. Penelitian oleh Zainuddin Muda Z. Monggilo (2020) meneliti akun Instagram @komikfunday dalam mengedukasi publik mengenai hoaks dan literasi digital. Hasil penelitian menunjukkan bahwa akun ini telah

---

<sup>14</sup> Ulva Nur Ma'rifah, "Analisis Berita Hoax Di Media Sosial", (Fakultas Tarbiyah Institut Agama Islam Negeri Curup), 2023.

<sup>15</sup> Suliyansyah, "Menepis Hoax Media Sosial di Tahun Politik: Pendekatan Systematic Literature Review", Jurnal Adhyasta Pemilu, Vol. 6, No. 1, (Juni 2023).



mengintegrasikan enam kompetensi literasi digital untuk membantu publik mengenali dan menangkal hoaks<sup>16</sup>.

Berdasarkan kajian pustaka di atas, penelitian ini memiliki beberapa kebaruan sebagai berikut:

**1. Fokus pada Instagram sebagai Platform Utama**

Penelitian ini lebih spesifik membahas hoaks politik di Instagram, yang sebelumnya belum banyak dikaji dalam penelitian terdahulu.

**2. Pendekatan Agenda Setting dalam Analisis Hoaks**

Berbeda dari penelitian sebelumnya yang berfokus pada analisis isi atau literasi digital, penelitian ini menggunakan teori Agenda Setting untuk memahami bagaimana akun Instagram @turnbackhoaxid membentuk persepsi publik terhadap hoaks politik.

**3. Studi Kasus pada Pemilu 2024**

Belum ada penelitian terdahulu yang secara khusus membahas hoaks politik pada Pemilu 2024, sehingga penelitian ini memberikan perspektif baru dalam memahami pola penyebaran dan klarifikasi hoaks pada pemilu terbaru.

---

<sup>16</sup> Zainuddin Muda Z, Monggilo. "Analisis Konten Kualitatif Hoaks Dan Literasi Digital Dalam @Komikfunday", *Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, Vol. 9, No. 1, (Juni 2020).

#### 4. Analisis Peran Edukasi dalam Klarifikasi Hoaks

Penelitian ini menyoroti bagaimana konten edukatif yang disajikan oleh akun @turnbackhoaxid berperan dalam membentuk pemahaman masyarakat terhadap isu politik dan hoaks selama kampanye.

Dengan kebaruan ini, penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi akademik dalam memahami peran media sosial dalam menangkal hoaks politik serta memberikan rekomendasi untuk meningkatkan edukasi masyarakat terkait berita hoaks di era digital.

#### F. Kerangka Teori

##### 1. Teori Agenda Setting

Teori Agenda Setting pertama kali diperkenalkan oleh McCombs dan Shaw dalam penelitian mereka pada pemilihan presiden Amerika Serikat tahun 1968. Dalam teori ini, media tidak menentukan apa yang harus dipikirkan oleh publik, tetapi mereka memiliki kekuatan besar untuk memengaruhi apa yang dipikirkan oleh public dengan cara menentukan topik atau isu mana yang dianggap penting untuk dibicarakan. Media menciptakan "agenda" publik dengan mengulang dan menonjolkan isu-isu tertentu, yang kemudian dianggap signifikan oleh masyarakat luas<sup>17</sup>.

---

<sup>17</sup> McCombs, M., & Shaw, D. (1972). "The Agenda-Setting Function of Mass Media." *Public Opinion Quarterly*, 36(2), 176–187

Dalam konteks media sosial, agenda setting bergeser dari model satu arah (top-down) menjadi lebih interaktif. Media sosial seperti Instagram tidak hanya menjadi saluran komunikasi, tetapi juga tempat di mana publik dan institusi dapat saling membentuk wacana dan persepsi publik secara langsung. Akun-akun berbasis verifikasi seperti @turnbackhoaxid dapat memainkan peran strategis dalam menyusun ulang fokus publik terhadap informasi tertentu, terutama ketika masyarakat terpapar pada misinformasi atau hoaks politik<sup>18</sup>.

Menurut Littlejohn dan Foss, *agenda setting* memiliki dua level. Level pertama menyangkut perhatian media terhadap suatu isu semakin sering isu tersebut diberitakan, maka semakin penting isu itu bagi publik. Level kedua adalah *framing*, yakni bagaimana isu tersebut disajikan dan didefinisikan dalam pemberitaan. Dalam hal ini, pesan edukatif mengenai hoaks politik bukan hanya dibicarakan, tetapi juga ditampilkan dengan cara tertentu yang memengaruhi bagaimana publik memaknai informasi tersebut<sup>19</sup>.

Akun @turnbackhoaxid, dalam konteks ini, tidak hanya menyampaikan klarifikasi informasi palsu, tetapi juga mengedukasi masyarakat tentang bagaimana cara mengidentifikasi hoaks, siapa aktornya, dan mengapa hoaks tersebut berbahaya dalam proses demokrasi. Inilah yang

---

<sup>18</sup> Baran, S. J., & Davis, D. K. (2015). *Mass Communication Theory: Foundations, Ferment, and Future* (7th ed.). Cengage Learning.

<sup>19</sup> Littlejohn, S. W., & Foss, K. A. (2009). *Theories of Human Communication* (9th ed.). Wadsworth Cengage Learning.

menjadikan agenda setting relevan dalam penelitian ini: bukan hanya soal isu apa yang diangkat, tetapi bagaimana isu tersebut dibingkai agar publik dapat mengambil makna dan sikap terhadapnya.

## 2. Konsep Hoaks Politik

Hoaks politik merupakan salah satu bentuk disinformasi yang disebarkan dengan tujuan memengaruhi opini publik terhadap isu, tokoh, atau institusi politik. Menurut Allcott dan Gentzkow, hoaks politik adalah konten yang secara sengaja salah dan dapat diverifikasi sebagai tidak benar, namun tetap disebarluaskan demi keuntungan politik tertentu<sup>20</sup>.

Hoaks politik biasanya muncul dalam berbagai bentuk, seperti narasi palsu tentang kandidat, data ekonomi yang dimanipulasi, hingga tuduhan skandal yang tidak terbukti. Dalam masa kampanye, hoaks menjadi alat propaganda yang efektif karena mampu memanfaatkan emosi, memperkuat bias kelompok, dan menyebar secara cepat melalui media sosial<sup>21</sup>.

Wardle dan Derakhshan mengklasifikasikan hoaks sebagai bagian dari “information disorder” yang terdiri dari tiga bentuk utama: misinformasi (informasi salah tanpa niat jahat), disinformasi (informasi salah dengan niat jahat), dan malinformasi (informasi benar yang digunakan dengan cara

---

<sup>20</sup> Allcott, H., & Gentzkow, M. (2017). “Social Media and Fake News in the 2016 Election.” *Journal of Economic Perspectives*, 31(2), 211–236.

<sup>21</sup> Tandoc, E. C., Lim, Z. W., & Ling, R. (2018). “Defining ‘Fake News’: A Typology of Scholarly Definitions.” *Digital Journalism*, 6(2), 137–153.

menyesatkan atau merusak)<sup>22</sup>. Sebagian besar hoaks politik termasuk dalam kategori disinformasi, karena memiliki tujuan strategis misalnya menjatuhkan lawan politik atau merusak citra lembaga tertentu menjelang pemilu.

### 3. Pesan Edukatif dalam Media Sosial

Pesan edukatif dalam konteks media sosial merujuk pada konten yang bertujuan untuk mendidik audiens, baik secara informatif maupun normatif. Tujuannya bukan hanya menyampaikan informasi, tetapi juga mengubah pengetahuan, sikap, dan perilaku audiens secara positif. Dalam hal ini, klarifikasi hoaks oleh @turnbackhoaxid menjadi lebih dari sekadar “pembantahan”, melainkan bentuk intervensi komunikasi yang terstruktur dan edukatif.

Edukasi dalam media berperan dalam meningkatkan literasi publik, yang meliputi kemampuan untuk mengakses, memahami, mengevaluasi, dan menggunakan informasi untuk membuat keputusan yang tepat<sup>23</sup>. Akun @turnbackhoaxid melalui konten-kontennya telah menunjukkan peran ini misalnya dengan memberikan “fakta vs hoaks” lengkap dengan sumber, menyajikan panduan “cek fakta mandiri”, dan menyematkan label hoaks pada konten viral palsu.

<sup>22</sup> Wardle, C., & Derakhshan, H. (2017). *Information Disorder: Toward an Interdisciplinary Framework for Research and Policy Making*. Council of Europe.

<sup>23</sup> Nutbeam, D. (2000). “Health Literacy as a Public Health Goal.” *Health Promotion International*, 15(3), 259–267.

Hal ini sesuai dengan strategi komunikasi berbasis literasi digital yang menekankan bahwa publik harus dilatih untuk menjadi konsumen informasi yang kritis, terutama dalam konteks politik yang rentan dimanipulasi.

Berdasarkan penelusuran literatur dan kerangka analisis penelitian ini, pesan edukatif dalam media sosial dapat dikelompokkan ke dalam empat kategori utama. Pertama, Klarifikasi Hoaks Politik, yaitu pesan yang berfungsi untuk meluruskan informasi salah atau menyesatkan, terutama yang berkaitan dengan isu politik<sup>24</sup>. Kedua, Framing Netral dan Transparan, yakni pesan yang menekankan objektivitas dan keterbukaan informasi, sehingga publik memperoleh gambaran yang seimbang tanpa keberpihakan<sup>25</sup>. Ketiga, Edukasi Literasi Digital, yang berfokus pada peningkatan keterampilan masyarakat dalam mengenali pola hoaks, memverifikasi sumber, dan berpikir kritis dalam menghadapi arus informasi<sup>26</sup>. Keempat, Pencegahan Polarisasi Politik, yaitu pesan yang menekankan pentingnya menjaga persatuan dan mencegah perpecahan akibat narasi politik yang memecah belah<sup>27</sup>.

Dengan adanya klasifikasi ini, penelitian tidak hanya menekankan fungsi klarifikasi sebagai upaya *debunking* informasi palsu, tetapi juga

---

<sup>24</sup> Claire Wardle and Hossein Derakhshan, *Information Disorder: Toward an Interdisciplinary Framework for Research and Policy Making* (Strasbourg: Council of Europe, 2018).

<sup>25</sup> Robert M. Entman, "Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm," *Journal of Communication* 43, no. 4 (1993): 51–58.

<sup>26</sup> Ibid.

<sup>27</sup> Cass R. Sunstein, *#Republic: Divided Democracy in the Age of Social Media* (Princeton: Princeton University Press, 2017).



menyoroti peran edukatif yang lebih luas, yakni bagaimana konten media sosial dapat menjadi instrumen strategis dalam membangun literasi digital, menjaga netralitas, serta meredam polarisasi politik di ruang publik digital.

#### 4. Media Sosial Sebagai Penentu Agenda Politik

Dalam era digital, media sosial telah menjadi medan utama bagi pertarungan narasi politik. Tidak seperti media konvensional yang memiliki redaksi terpusat, media sosial memberi ruang bagi siapa saja untuk menyebarkan opini, informasi, dan juga disinformasi. Oleh karena itu, media sosial tidak hanya menjadi tempat penyebaran informasi politik, tetapi juga alat untuk membangun agenda dan persepsi kolektif masyarakat terhadap isu-isu politik yang berkembang.

Media sosial tidak lagi bersifat sekunder dalam komunikasi politik, melainkan menjadi arena utama di mana opini publik dibentuk dan diubah. Fungsi agenda setting tidak hanya dilakukan oleh media besar, tetapi juga oleh aktor-aktor kecil namun kredibel, termasuk akun-akun edukatif dan pemeriksa fakta seperti @turnbackhoaxid<sup>28</sup>.

Dengan kemampuannya menjangkau jutaan pengguna aktif, akun seperti ini tidak hanya menjadi tempat klarifikasi, tetapi juga alat strategis untuk mengarahkan opini masyarakat agar tidak terjebak dalam pusaran hoaks, terutama saat suasana politik memanas menjelang pemilu.

---

<sup>28</sup> McNair, B. (2017). *An Introduction to Political Communication* (6th ed.). Routledge.

## **G. Metode Penelitian**

### **1. Jenis Penelitian**

Penelitian ini merupakan penelitian dengan jenis pendekatan deskriptif yang menggunakan metode penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif adalah metode yang melibatkan berbagai pendekatan dan menitikberatkan pada interpretasi serta penggunaan pendekatan alami terhadap objek yang diselidiki. Dalam konteks ini, penelitian kualitatif berupaya memahami dan menafsirkan fenomena yang diteliti sesuai dengan interpretasi yang relevan dengan kehidupan<sup>29</sup>.

### **2. Subjek dan Objek Penelitian**

Subjek dalam penelitian ini adalah Konten Hoaks Berita Politik di Instagram pada Masa Kampanye Capres-Cawapres Pemilu 2024. Sementara itu objek penelitian difokuskan pada instagram @turnbackhoaxid.

### **3. Sumber Data Penelitian**

Penelitian ini memanfaatkan sumber data primer sebagai basis utama, serta sumber data tambahan atau data sekunder yang mendukung analisis. Data primer atau data utama yang digunakan oleh peneliti yaitu konten hoaks berita politik di Instagram pada masa kampanye capres-cawapres pemilu 2024 yang diambil dari akun Instagram @turnbackhoaxid. Sedangkan data sekunder atau data penunjang dalam penelitian ini adalah memanfaatkan teks-

---

<sup>29</sup> Hasan, Muhammad, et al. "Metode penelitian kualitatif." *Penerbit Tahta Media* (2023).

teks literatur yang relevan dengan topik penelitian sebagai data pendukung untuk memperkuat dan melengkapi analisis penelitian.

#### **4. Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data berperan penting dalam sebuah penelitian karena tujuan utamanya adalah untuk memperoleh data yang sesuai dengan standar dan ketentuan yang berlaku. Memahami metode pengumpulan data yang tepat akan memudahkan peneliti dalam mencapai tujuan tersebut. Beberapa teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

- a. Observasi, yakni peneliti melakukan pengamatan langsung terhadap konten hoaks berita politik yang tersebar di instagram, khususnya pada akun @turnbackhoaxid, selama masa kampanye Capres-Cawapres Pemilu 2024.
- b. Analisis konten dilakukan dengan cara mengumpulkan data konten hoaks berita politik yang terdapat dalam postingan instagram, termasuk gambar, teks, dan caption yang menyertainya. Data ini akan dianalisis untuk mengidentifikasi pola, tema, dan karakteristik konten hoaks.
- c. Studi literatur, mengumpulkan data dari literatur terkait yang membahas hoaks, politik, agenda setting, dan penggunaan media sosial dalam kampanye politik. Data dari literatur ini akan mendukung analisis dan interpretasi hasil penelitian.

- d. Dokumentasi, yaitu teknik pengumpulan data dengan menghimpun arsip atau bukti-bukti digital yang relevan, seperti tangkapan layar (screenshot) unggahan Instagram @turnbackhoaxid, data dari situs resmi MAFINDO, serta dokumen pendukung lainnya. Dokumentasi ini membantu memperkuat validitas data, memberikan bukti visual, serta memastikan bahwa analisis penelitian didasarkan pada sumber yang autentik dan terverifikasi.

## 5. Teknik Analisis Data

Analisis konten merupakan kajian penelitian yang membahas secara rinci isi dan kandungan informasi tertulis atau cetak di media massa. Analisis ini digunakan sebagai metode yang mencakup analisis isi sebuah teks, tetapi juga untuk menggambarkan pendekatan analitis tertentu.<sup>30</sup> Analisis konten merupakan metode penelitian yang tidak menggunakan orang sebagai subjek penelitian. Penelitian yang dilakukan menggunakan simbol-simbol atau teks yang ada pada suatu media tertentu. Simbol atau teks ini diproses dan dianalisis.

Menurut kutipan Barelson dalam buku Darmiyati dan Wiwiek, analisis konten adalah suatu metode penelitian untuk menciptakan gambaran yang obyektif, sistematis, kuantitatif terhadap isi yang diungkapkan dalam

---

<sup>30</sup> Asfar, Irfan Taufan, and Irfan Taufan. "Analisis naratif, analisis konten, dan analisis semiotik (Penelitian kualitatif)." *no. January* (2019): 1-13.

komunikasi.<sup>31</sup> Selain itu dalam buku yang sama Darmiyati dan Wiwiek juga mengutip pengertian terhadap istilah ini yang dikemukakan oleh Budd, Thorpe, dan Donahw. Analisis konten adalah metode sistematis untuk menganalisis makna pesan dan cara pesan diungkapkan. Analisis tidak hanya melihat pesan itu sendiri, namun juga isu-isu yang lebih luas seperti proses komunikasi dan dampaknya.

Krippendorff menyampaikan bahwa *content analysis is a research technique for making replicable and valid inferences from texts (or other meaningful matter) to the contexts of their use*.<sup>32</sup> Krippendorff juga menguraikan tahapan pada penelitian ini. Dia membuat rencana penelitian analisis konten dalam enam fase yaitu<sup>33</sup>:

- a. *Unitizing* merupakan upaya untuk memperoleh data yang akurat untuk dipelajari, baik berupa teks, gambar, audio, maupun data lain yang dapat diamati secara dekat. Unit-unit merupakan objek kajian yang dapat diukur dan dievaluasi dengan jelas dan oleh karena itu harus diklasifikasikan menurut pertanyaan penelitian yang dirumuskannya.
- b. *Sampling* memungkinkan analisis menyederhanakan penelitian dengan membatasi pengamatan yang merangkum semua jenis unit yang ada.

---

<sup>31</sup> Prof Darmiyati Zuchdi, Ed.D., Wiwiek, Afifah. “Analisis Konten Etnografi & Grounded Theory dan Hermeneutika dalam Penelitian”, 2021, 4

<sup>32</sup> Krippendorff, Klaus. *Content analysis: An introduction to its methodology*. Sage publications, 2018., 18.

<sup>33</sup> Ibid., hlm. 7

Dengan cara ini, unit-unit dengan tema/karakter yang sama dikumpulkan. Pendekatan kualitatif tidak mengharuskan sampel dideskripsikan menggunakan prediksi statistik. Dalam pendekatan ini, kutipan dan contoh memiliki fungsi yang sama sebagai contoh. Bentuk sampel ini digunakan untuk mendukung pernyataan utama peneliti.

- c. *Recording*, pada tahap ini peneliti mencoba menutup kesenjangan antara unit yang ditemukan dan pembaca. Rekaman disini maksudnya dapat diputar/digunakan berulang kali tanpa merubah arti satuannya. *Recording* memiliki fungsi untuk menjelaskan kepada pembaca/pengguna data yang disampaikan tentang situasi yang terjadi pada saat kemunculan unit tersebut, dengan menggunakan deskripsi naratif dan/atau gambar pendukung. Oleh karena itu, deskripsi analisis konten harus persisten dan permanen.
- d. *Reducing*, fase ini diperlukan untuk menyediakan data yang efisien. Singkatnya, unit yang ditawarkan dapat didasarkan pada tingkat frekuensi. Dengan demikian, hasil kumpulan unit dapat disajikan dengan lebih ringkas, jelas, dan padat.
- e. *Inferring*, fase ini berupaya menganalisis data lebih lanjut dengan mengkaji makna dari unit-unit data yang ada. Dengan demikian, dalam tahap ini sekelompok data deskriptif diasosiasikan dengan makna-makna yang memancing, mengarahkan, bahkan memotivasi pembaca/pengguna

teks. *Inferring* tidak sekadar memerlukan penalaran deduktif atau induktif, tetapi juga berupaya mengungkap konteks dengan menggunakan struktur analitis. Tujuan konstruksi analitis adalah untuk menyajikan model bagaimana teks dan kesimpulan yang dimaksudkan saling berhubungan. Oleh karena itu, analisis kita perlu didasarkan pada teori.

- f. *Narrating*, tahapan terakhir ini menjawab pertanyaan penelitian ditangani dengan cara yang bermanfaat melalui penggunaan narasi. Biasanya, fase ini berisi informasi penting yang memberdayakan pembaca untuk memahami temuan penelitian dan membuat keputusan tambahan berdasarkan hasil penelitian tersebut.

## H. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan berisi tentang alur penulisan penelitian yang saling berkaitan dan sistematis dari satu pembahasan ke pembahasan yang lain.

Berikut sistematika pembahasan pada penelitian ini:

### 1. BAB I: Pendahuluan

Bab ini akan memaparkan tentang latar belakang penelitian, perumusan masalah, tujuan, dan manfaatnya baik dari segi akademis maupun praktis.

Selain itu, akan disajikan beberapa penelitian terdahulu yang memiliki relevansi dengan topik penelitian dalam tinjauan pustaka. Selanjutnya, akan dijelaskan kerangka teoritis sebagai pedoman untuk analisis, metode penelitian sebagai pendekatan analisis, dan terakhir, akan diuraikan secara



komprehensif mengenai struktur penulisan yang akan diikuti oleh peneliti ke depannya.

## **2. BAB II : Gambaran Umum**

Mendeskripsikan secara menyeluruh mengenai subjek dan objek penelitian yang mencakup gambaran umum tentang intagram @turnbackhoaxid.

## **3. BAB III : Hasil dan Pembahasan**

Bab ini akan memaparkan hasil dan pembahasan dari penelitian Analisis Konten Hoaks Berita Politik Di Instagram Pada Masa Kampanye Capres-Cawapres Pemilu 2024 (Studi Pada Instagram @turnbackhoaxid Dengan Pendekatan Agenda Setting) yang nantinya akan menjawab rumusan masalah penelitian tersebut.

## **4. BAB IV : Penutup**

Pada bab ini peneliti akan menyimpulkan hasil dan pembahasan yang didapatkan dan mampu menjawab pertanyaan pada rumusan masalah. Bab ini juga akan disajikan saran kepada pihak terkait guna menyempurnakan penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti.

## **BAB IV**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana pesan edukatif dalam klarifikasi hoaks politik disampaikan melalui akun Instagram @turnbackhoaxid selama masa kampanye Capres–Cawapres Pemilu 2024. Berdasarkan hasil analisis terhadap 14 konten klarifikasi yang dipublikasikan oleh akun tersebut dalam rentang waktu 28 November 2023 hingga 10 Februari 2024, ditemukan bahwa tidak semua konten memuat pesan edukatif secara eksplisit, namun mayoritas menunjukkan upaya sistematis dalam membentuk pemahaman publik yang lebih kritis terhadap informasi politik yang keliru. Pesan edukatif yang muncul diklasifikasikan ke dalam empat kategori utama: Klarifikasi Hoaks Politik, Framing Netral dan Transparan, Edukasi Literasi Digital, dan Pencegahan Polarisasi Politik. Dominasi tertinggi terdapat pada kategori Klarifikasi Hoaks Politik, dengan intensitas kemunculan mencapai 34.10%, diikuti oleh Edukasi Literasi Digital sebanyak 31.70% serta Framing Netral dan Transparan memiliki porsi 29.30%. Sementara itu, pencegahan polarisasi politik hanya muncul pada sebagian kecil konten, sebesar 4.90%. Hal ini menunjukkan bahwa akun @turnbackhoaxid lebih banyak menitikberatkan peran edukatifnya pada pelurusan informasi keliru serta penguatan pemahaman publik terhadap

fakta politik, dibandingkan pada fungsi moderasi konflik atau penyatuan pandangan politik yang terpecah.

Melalui pendekatan teori agenda setting, ditemukan bahwa akun @turnbackhoaxid turut serta dalam membentuk agenda publik melalui penentuan isu-isu yang dianggap penting, yakni dengan menyoroti hoaks politik dan mengarahkan fokus masyarakat pada klarifikasi berbasis fakta. Teori literasi digital dan *framing* juga menunjukkan bahwa penyampaian pesan edukatif dilakukan secara netral dan transparan, dengan memperkuat kapasitas pengguna media sosial dalam memilah informasi serta menghindari jebakan disinformasi politik.

Secara umum, temuan penelitian ini menjawab rumusan masalah bahwa pesan edukatif dalam berita politik pada masa kampanye Capres–Cawapres Pemilu 2024 di Instagram disampaikan oleh akun @turnbackhoaxid melalui strategi klarifikasi faktual, penyampaian informasi netral, serta penguatan literasi digital, yang secara kolektif berkontribusi dalam membentuk opini publik yang lebih cerdas dan kritis terhadap hoaks politik.

## **B. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, peneliti memberikan beberapa saran yang ditujukan kepada pihak-pihak yang berkaitan:

1. Bagi akun Instagram @turnbackhoaxid dan pengelola platform klarifikasi hoaks lainnya, disarankan untuk lebih mengembangkan strategi edukasi

yang juga mencakup pencegahan polarisasi politik dan pembangunan narasi inklusif, guna memperluas dampak sosial dari aktivitas klarifikasi hoaks, tidak hanya sebatas penyampaian fakta, tetapi juga meredam eskalasi konflik politik berbasis disinformasi.

2. Bagi masyarakat pengguna media sosial, penting untuk tidak hanya mengandalkan klarifikasi dari satu sumber saja, namun juga membekali diri dengan keterampilan literasi digital yang mencakup verifikasi informasi, analisis isi, dan pemahaman *framing* media, agar tidak mudah terjebak dalam narasi palsu selama masa kampanye.
3. Bagi peneliti selanjutnya, hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai rujukan awal untuk melakukan pengembangan studi sejenis pada platform media sosial yang berbeda atau dengan periode waktu yang lebih luas. Penelitian lanjutan juga dapat mengintegrasikan pendekatan kuantitatif untuk menilai efektivitas klarifikasi hoaks terhadap perubahan opini publik secara empiris.

Dengan mempertimbangkan tantangan ekosistem informasi di era digital, temuan dan saran dalam penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi nyata bagi praktik komunikasi politik, pendidikan literasi media, serta penguatan demokrasi digital di Indonesia.

## DAFTAR PUSTAKA

- Allcott, Hunt, and Matthew Gentzkow. 2017. "Social Media and Fake News in the 2016 Election." *Journal of Economic Perspectives* 31(2): 211–236.
- Arifianto, Alexander Raymond. 2023. "Digital Polarization and the Future of Democracy in Indonesia." *Asian Journal of Comparative Politics* 8(1): 87–102.
- Asfar, Irfan Taufan, and Irfan Taufan. 2019. *Analisis Naratif, Analisis Konten, dan Analisis Semiotik (Penelitian Kualitatif)*. January: 1–13.
- Baran, Stanley J., and Dennis K. Davis. 2015. *Mass Communication Theory: Foundations, Ferment, and Future*. 7th ed. Boston: Cengage Learning.
- Dahl, Robert A. 1989. *Democracy and Its Critics*. New Haven: Yale University Press.
- Dewi, Diah Ayu, and Aditya Nugroho. 2021. "Digital Literacy for Fighting Hoax in Indonesian Electoral Politics." *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik* 25(2): 167–182.
- Dita, Kharunnisa. 2021. "Analisis Isi Komentar Konten Klarifikasi Hoaks pada Jejaring Sosial Facebook (Studi Analisis Isi Komentar Klarifikasi Hoaks Mengenai Pemilu 2019 pada Facebook Fanspage Indonesian Hoaxes Periode 2 Januari 2019 – 16 April 2019)." Skripsi. Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Sebelas Maret.
- Entman, Robert M. 1993. "Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm." *Journal of Communication* 43(4): 51–58.
- First Draft. 2017. "The Different Types of Mis- and Disinformation." <https://firstdraftnews.org>.
- Hasan, Muhammad, et al. 2023. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Penerbit Tahta Media.
- Hobbs, Renee. 2020. *Media Literacy in Action: Questioning the Media*. Lanham: Rowman & Littlefield.
- Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo). 2023. *Laporan Statistik Hoaks Pemilu 2024*. [www.kominfo.go.id](http://www.kominfo.go.id).
- Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo). 2023. *Statistik Hoaks Pemilu 2024*. [www.kominfo.go.id](http://www.kominfo.go.id).
- Krippendorff, Klaus. 2018. *Content Analysis: An Introduction to Its Methodology*. 3rd ed. Thousand Oaks, CA: SAGE Publications.

- Krippendorff, Klaus. 2019. *Content Analysis: An Introduction to Its Methodology*. 3rd ed. Thousand Oaks, CA: SAGE Publications.
- KPU RI. 2023. *PKPU No. 3 Tahun 2022 tentang Tahapan dan Jadwal Penyelenggaraan Pemilu 2024*. Jakarta: Komisi Pemilihan Umum Republik Indonesia.
- Littlejohn, Stephen W., and Karen A. Foss. 2009. *Theories of Human Communication*. 9th ed. Belmont, CA: Wadsworth Cengage Learning.
- MAFINDO (Masyarakat Anti Fitnah Indonesia). 2024. *Laporan Kinerja Media Sosial @turnbackhoaxid*.
- McCombs, Maxwell. 2004. *Setting the Agenda: The Mass Media and Public Opinion*. Cambridge: Polity Press.
- McCombs, Maxwell. 2020. *Setting the Agenda: Mass Media and Public Opinion*. 3rd ed. Cambridge: Polity Press.
- McCombs, Maxwell, and Sebastián Valenzuela. 2021. *Setting the Agenda: Mass Media and Public Opinion*. 3rd ed. Cambridge: Polity Press.
- McCombs, Maxwell E., and Donald L. Shaw. 1972. "The Agenda-Setting Function of Mass Media." *Public Opinion Quarterly* 36(2): 176–187.
- McNair, Brian. 2017. *An Introduction to Political Communication*. 6th ed. London: Routledge.
- Nabilah Muhamad. 2024. *Ini Media Sosial Yang Dipakai Anak Muda Untuk Akses Informasi Politik*. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/11/14/ini-media-sosial-yang-dipakai-anak-muda-untuk-akses-informasi-politik>
- Nugroho, Yanuar, Mahardhika Siregar, and Shita Laksmi. 2012. *Digital Natives: Studi tentang Peran Media Sosial dalam Aktivisme Digital di Indonesia*. Jakarta: ICT Watch.
- Nutbeam, Don. 2000. "Health Literacy as a Public Health Goal: A Challenge for Contemporary Health Education and Communication Strategies into the 21st Century." *Health Promotion International* 15(3): 259–267.
- Pennycook, Gordon, and David G. Rand. 2019. "The Implied Truth Effect: Attaching Warnings to a Subset of Fake News Stories Increases Perceived Accuracy of Stories Without Warnings." *Management Science* 66(11): 4944–4957.
- Prof. Darmiyati Zuchdi, Ed.D., and Wiwiek Afifah. 2021. *Analisis Konten Etnografi & Grounded Theory dan Hermeneutika dalam Penelitian*.



- Suliyansyah. 2023. "Menepis Hoax Media Sosial di Tahun Politik: Pendekatan Systematic Literature Review." *Jurnal Adhyasta Pemilu* 6(1): Juni.
- Tandoc, Edson C., Zuozhi W. Lim, and Rich Ling. 2018. "Defining 'Fake News': A Typology." *Digital Journalism* 6(2): 137–153.
- Tandoc Jr., Edson C., and Jayantika Maitra. 2022. "Media Literacy and the Disinformation Age: What Do Citizens Need to Know?" *Digital Journalism* 10(5): 655–672.
- Tandoc Jr., Edson C., and Jayantika Maitra. 2022. "Media Transparency and Disinformation in the Digital Age." *Digital Journalism* 10(1): 24–42.
- Ulva Nur Ma'rifah. 2023. "Analisis Berita Hoax di Media Sosial." Skripsi. Fakultas Tarbiyah, Institut Agama Islam Negeri Curup.
- Vosoughi, Soroush, Deb Roy, and Sinan Aral. 2018. "The Spread of True and False News Online." *Science* 359(6380): 1146–1151.
- Wardle, Claire, and Hossein Derakhshan. 2017. *Information Disorder: Toward an Interdisciplinary Framework for Research and Policy Making*. Strasbourg: Council of Europe.
- Wardle, Claire, and Hossein Derakhshan. 2021. *Information Disorder: Toward an Interdisciplinary Framework for Research and Policymaking*. Strasbourg: Council of Europe.
- Wardle, Claire, and Hossein Derakhshan. 2017. *Information Disorder: Toward an Interdisciplinary Framework*. Strasbourg: Council of Europe.
- We Are Social & Hootsuite. 2023. *Digital 2023 Global Overview Report*. <https://wearesocial.com>.
- Zainuddin Muda Z. Monggilo. 2020. "Analisis Konten Kualitatif Hoaks dan Literasi Digital dalam @Komikfunday." *Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi* 9(1): Juni.