



PENGARUH PROPAGANDA DAN DISINFORMASI TERHADAP OPINI PUBLIK

Raisha Fatiha Rizka ¹, Achmad zaidan zaahir ², Sintiya Kartika ³

Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial,

Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

Email: sintiakartikaa@gmail.com

Abstract (English)

This research aims to examine the influence of information manipulation, particularly through propaganda techniques and the spread of fake news, on public opinion and its implications for the sustainability of a healthy political system. This research analyzes the impact of the spread of fake news on public political attitudes, social polarization, and the credibility of political institutions. Additionally, this research also explores the role of political actors, including political parties, governments, and interest groups, in manipulating information to achieve their political goals. The implications of these findings highlight the importance of improving media literacy, information transparency, and monitoring the dissemination of misleading information as steps to maintain a healthier and more sustainable political system.

Article History

Submitted: 7 Januari 2025

Accepted: 13 Januari 2025

Published: 14 Januari 2025

Key Words

Propaganda techniques, impact of fake news, role of political actors.

Abstrak (Indonesia)

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pengaruh manipulasi informasi, khususnya melalui teknik propaganda dan penyebaran berita palsu (fake news), terhadap opini publik serta implikasinya bagi keberlangsungan sistem politik yang sehat. Penelitian ini menganalisis dampak dari penyebaran fake news terhadap sikap politik masyarakat, polarisasi sosial, dan kredibilitas institusi politik. Selain itu, penelitian ini juga mengeksplorasi peran aktor politik termasuk partai politik, pemerintah, dan kelompok kepentingan dalam memanipulasi informasi untuk mencapai tujuan politik mereka. Implikasi dari temuan ini menunjukkan pentingnya peningkatan literasi media, transparansi informasi, serta pengawasan terhadap penyebaran informasi yang menyesatkan sebagai langkah untuk menjaga sistem politik yang lebih sehat dan berkelanjutan.

Sejarah Artikel

Submitted: 7 Januari 2025

Accepted: 13 Januari 2025

Published: 14 Januari 2025

Kata Kunci

Teknik propaganda, dampak fake news, peran aktor politik.

PENDAHULUAN

Salah satu elemen penting dalam kehidupan masyarakat modern adalah komunikasi. Di era digital saat ini, kemajuan dalam teknologi informasi telah mengubah cara masyarakat mendapatkan dan menyebarkan informasi. Meskipun kemajuan ini memiliki manfaat, juga membawa tantangan baru, seperti munculnya fenomena propaganda dan disinformasi. Propaganda biasanya digunakan oleh berbagai pihak untuk mencapai tujuan politik, sosial, atau ekonomi, disinformasi, di sisi lain, adalah penyebaran informasi palsu secara sengaja untuk menyesatkan, dapat merusak kepercayaan publik terhadap media dan institusi.

Dalam situasi seperti ini, pendapat publik merupakan salah satu komponen yang paling rentan terhadap efek propaganda dan disinformasi. Informasi yang diterima publik seringkali memengaruhi opini publik, yang merupakan representasi dari perspektif kolektif masyarakat tentang masalah tertentu. Masyarakat semakin terekspos pada arus informasi yang tak terfilter sebagai akibat dari peningkatan akses ke platform digital dan media sosial. Hal ini meningkatkan kemungkinan munculnya pendapat yang didasarkan pada informasi yang salah atau manipulatif.

Studi tentang pengaruh propaganda dan disinformasi terhadap opini publik menjadi penting untuk memahami bagaimana fenomena ini memengaruhi proses pembentukan opini di masyarakat. Penelitian ini bertujuan untuk menyelidiki hubungan antara propaganda,





disinformasi, dan opini publik, serta bagaimana fenomena ini memengaruhi pola pikir dan pengambilan keputusan masyarakat. Metode ini diharapkan dapat menghasilkan strategi untuk mengatasi dampak propaganda dan isinformasi, sekaligus memperkuat literasi media di kalangan publik.

Penelitian ini juga memberikan kontribusi teoritis dalam bidang komunikasi, khususnya terkait pengelolaan informasi di era digital, serta menawarkan rekomendasi praktis untuk mendukung pengambilan kebijakan berbasis bukti.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif untuk menganalisis pengaruh propaganda dan disinformasi terhadap opini publik berdasarkan data sekunder dari penelitian terdahulu. Data yang digunakan meliputi hasil studi terkait propaganda, pola penyebaran disinformasi, serta dampaknya terhadap opini publik yang diperoleh dari jurnal ilmiah, laporan penelitian, buku, dan sumber tepercaya lainnya. Analisis dilakukan secara tematik dengan mengidentifikasi pola, tren, dan temuan utama dari penelitian sebelumnya untuk memahami bagaimana propaganda dan disinformasi membentuk persepsi serta opini masyarakat. Penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi teoretis dengan mensintesis hasil penelitian terdahulu dan menjelaskan fenomena secara komprehensif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

a. Teknik Propaganda

Istilah "propaganda" berasal dari bahasa Latin, yaitu *propagare*, yang berarti mengembangkan atau memekarkan. Istilah ini pertama kali digunakan dalam konteks gereja Katolik Roma melalui organisasi *CONGREGATIO DE PROPAGANDA FIDE*, yang didirikan oleh Paus Gregorius XV pada tahun 1622 dengan tujuan menyebarkan dan mengembangkan agama Katolik di Italia dan negara-negara lainnya.

Propaganda merupakan salah satu bentuk komunikasi massa yang sering dimanfaatkan oleh individu atau kelompok untuk menyebarkan keyakinan atau doktrin tertentu. Menurut Carl I. Hovlan, propaganda adalah upaya untuk merumuskan dengan jelas prinsip-prinsip penyebaran informasi dan pembentukan opini serta sikap. Propaganda seringkali dipandang sebagai suatu bentuk komunikasi persuasif yang dirancang untuk mempengaruhi pandangan dan perilaku individu agar sesuai dengan keinginan propagandis. Sumber dan tujuan propaganda dapat bersifat terang-terangan atau tersembunyi, serta dapat dijabarkan sebagai propaganda terbuka atau tertutup. Di sisi lain, terdapat juga istilah *counter propaganda*, yang merujuk pada upaya melawan atau menangkis propaganda yang ada.

Menurut *Encyclopedia International*, propaganda adalah jenis komunikasi yang berusaha mempengaruhi pandangan dan reaksi tanpa memperhatikan nilai kebenaran dari pesan yang disampaikan. Sementara menurut *Encyclopedia Everyman*, propaganda adalah seni dalam menyebarkan dan meyakinkan suatu kepercayaan, terutama dalam konteks agama atau politik. Dalam hal ini, propaganda menekankan upaya meyakinkan pandangan tanpa perlu menjelaskan alasan yang mendasarinya. Dengan demikian, propaganda menjadi alat yang berpotensi kuat ketika diterapkan tanpa mempertimbangkan kebenaran pesan yang disampaikan.

Secara umum, propaganda didefinisikan sebagai skema untuk menyebarkan suatu doktrin atau tindakan kepada individu atau kelompok yang disebarakan melalui berbagai



sarana seperti kata-kata, suara, iklan komersial, musik, gambar, dan simbol-simbol lainnya.

Dari berbagai definisi yang telah dijelaskan, kita dapat menyimpulkan bahwa propaganda adalah usaha yang sistematis dan terencana yang dilakukan secara berulang dalam menyebarkan pesan guna mempengaruhi individu, khalayak, atau bangsa untuk mengubah sikap, pandangan, pendapat, dan perilaku, sehingga mereka menjalankan kegiatan tertentu dengan kesadaran sendiri, tanpa paksaan. Elemen kunci dalam definisi ini mencakup penyebaran, pesan, pengaruh, pendapat, tujuan, dan unsur perencanaan. Kata.

Kata "menyebarkan" dalam konteks ini bisa diartikan sebagai "menumbuhkembangkan" atau "menyiarkan", yang menunjukkan adanya usaha yang disengaja. Aktivitas yang disengaja ini memerlukan perencanaan dalam bentuk pola atau skema yang sistematis, di mana informasi yang disebarkan mengandung pesan dengan tujuan mengubah opini para penerima.

Sejumlah teknik propaganda politik telah dikenal luas, terutama yang dihasilkan dari penelitian Lembaga Analisis Propaganda selama Perang Dunia II. Lembaga tersebut merangkum tujuh teknik propaganda yang memanfaatkan kombinasi kata, tindakan, dan logika untuk tujuan persuasif (negatif). Dalam karyanya, Dan Nimmo juga membahas tujuh teknik utama propaganda yang memanfaatkan elemen-elemen ini, sebagai berikut:

- a. *Name calling*, teknik di mana seseorang memberikan label negatif pada gagasan, individu, objek, atau tujuan tertentu, dengan tujuan agar orang lain menolak sesuatu tanpa memeriksa kebenarannya. Contohnya, menyematkan tuduhan kepada lawan politik sebagai penjahat.
- b. *Glittering generalities*, melibatkan penggunaan kata-kata positif untuk menggambarkan suatu hal demi mendapatkan dukungan, tanpa menyelidiki keakuratan asosiasi tersebut. Sebagai contoh, ketika Amerika Serikat menyebut operasi militer di Afghanistan beberapa waktu lalu sebagai Operasi Keadilan Tak Terhingga dan menyebut misi mereka di Irak sebagai misi kemanusiaan untuk membebaskan masyarakat dari teror senjata pemusnah massal.
- c. *Transfer*, yakni adalah suatu cara untuk mengaitkan tujuan tertentu dengan simbol-simbol kekuasaan. Contohnya terlihat dalam ajakan "Pilih Kembali Mega" pada Pemilu 2004.
- d. *Testimonial*, melibatkan penggunaan pernyataan dari individu yang dihormati atau dibenci untuk mempromosikan atau meremehkan suatu gagasan. Hal ini terangkum dalam dukungan politik yang datang dari surat kabar atau tokoh terkenal.
- e. *Plain folks*, adalah sebuah pendekatan yang menunjukkan bahwa pembicara berada di pihak khalayaknya dalam usaha bersama. Misalnya, pernyataan "Saya adalah salah satu dari Anda, hanya rakyat biasa."
- f. *Card stacking*, merujuk pada pemilihan secara selektif antara pernyataan yang akurat dan yang tidak, serta yang logis dan tidak logis, untuk membangun argumen tertentu. Sebagai contoh, merujuk pada "pembunuhan terhadap pemimpin kita" sebagai penghinaan terhadap partai.
- g. *Bandwagon*, adalah upaya untuk meyakinkan audiens tentang popularitas dan kebenaran suatu tujuan, sehingga mendorong setiap orang untuk ikut serta. Prinsip satu untuk banyak ini menjadi landasan propaganda, terutama seiring dengan berkembangnya media massa.

b. Dampak Fake News



Merefleksikan pelaksanaan Pemilu dan Pilkada sebelumnya, kita tak bisa mengabaikan isu signifikan mengenai penyebaran berita bohong (hoax) dan ujaran kebencian (hate speech). Memasuki masa Pemilu, kecenderungan pengguna media sosial untuk menyebarkan hoax kian meningkat. Di Indonesia, berita bohong telah menjadi bagian integral dari politik, dan pemisahannya dari arena tersebut sangatlah sulit. Hoax ini berpotensi mempengaruhi suara dari kelompok-kelompok tertentu secara signifikan. Oleh karenanya, dibutuhkan peran aktif seluruh lapisan masyarakat untuk melawan berita yang menyesatkan ini dan meningkatkan kesadaran akan bahayanya.

Tingginya angka kasus hoax yang bermuatan politik berisiko besar terhadap kualitas demokrasi di Indonesia. Berita bohong tidak hanya dapat merusak akal sehat pemilih dalam Pemilu, tetapi juga berpotensi mendelegitimasi proses penyelenggaraan Pemilu itu sendiri. Lebih lanjut, hoax dapat merusak nilai-nilai kerukunan masyarakat dan mengarah pada disintegrasi bangsa. Oleh sebab itu, masyarakat harus menyadari betapa berbahayanya berita bohong dan mampu memilah informasi yang benar dari yang salah. Kegiatan literasi digital pun perlu digalakkan dengan melibatkan berbagai sektor; ini bukan hanya tanggung jawab pemerintah, tetapi juga seluruh rakyat.

Jenis-jenis berita bohong yang sering muncul pada Pemilu dapat beragam tergantung pada konteks politik, sosial, dan budaya di masing-masing negara. Namun, beberapa jenis hoax yang umumnya muncul pada Pemilu antara lain: Beberapa jenis hoax yang umum antara lain:

1. Hoax tentang calon atau partai politik: Informasi tidak akurat mengenai calon atau partai tertentu sering disebar untuk mempengaruhi opini publik atau meraih keuntungan politik.
2. Hoax tentang hasil pemilu: Informasi palsu mengenai hasil pemilu dapat menciptakan ketidakpastian dan ketegangan di masyarakat, bahkan mungkin mempengaruhi kehadiran pemilih di tempat pemungutan suara.
3. Hoax tentang pihak lawan: Bisnis kotor ini sering dilakukan dengan tujuan merusak citra lawan politik atau mendapatkan keuntungan electoral.

Karakteristik penyebar hoax pada Pemilu dapat meliputi:

1. Memanfaatkan situasi politik sensitif: Mereka seringkali memanfaatkan momen ketegangan politik untuk menyebarkan informasi yang menyesatkan.
2. Menggunakan media sosial: Media sosial menjadi saluran yang ideal bagi penyebar hoax karena dirasa lebih mudah menjangkau audiens yang luas dalam waktu cepat.
3. Menyebarkan informasi tanpa verifikasi: Penyebar hoax sering kali tak mengonfirmasi kebenaran informasi yang mereka sampaikan, sehingga berita bohong ini dapat dengan cepat dipercaya oleh mereka yang kurang mencermati.
4. Narasi emosional: Dengan memanfaatkan narasi yang menyentuh emosi, penyebar hoax berusaha menarik perhatian dan menakutkan orang untuk mempercayai informasi salah.

Persepsi masyarakat terhadap penyebaran hoax dalam konteks Pemilu dipengaruhi oleh berbagai faktor, baik internal maupun eksternal. Beberapa faktor internal yang signifikan termasuk:

- a. Pendidikan: Tingkat pendidikan seseorang sangat berpengaruh dalam memproses informasi. Mereka yang memiliki pendidikan lebih tinggi cenderung memiliki kemampuan analitis yang lebih baik dibandingkan dengan mereka yang berpendidikan lebih rendah.
- b. Kecerdasan: Individu dengan tingkat kecerdasan tinggi umumnya lebih mahir dalam memproses informasi secara akurat dan teliti.



- c. Sikap: Pandangan seseorang terhadap politik dan para aktor politik dapat berpengaruh signifikan pada cara mereka memahami penyebaran hoaks selama pemilu.

Faktor internal:

- a. Pendidikan: Pendidikan memainkan peran penting dalam membentuk persepsi seseorang. Seseorang yang memiliki pendidikan yang lebih tinggi dapat memiliki kemampuan untuk memproses informasi dengan lebih baik dan lebih cermat daripada seseorang yang memiliki pendidikan yang lebih rendah.
- b. Kecerdasan: Individu yang memiliki kecerdasan yang tinggi cenderung lebih mampu memproses informasi dengan lebih baik dan lebih cermat.
- c. Sikap: Sikap seseorang terhadap politik dan pihak-pihak yang terlibat dalam politik dapat mempengaruhi persepsinya tentang penyebaran hoax pada Pemilu.

Faktor eksternal:

- a. Media: Media massa, khususnya media sosial, memainkan peran penting dalam membentuk persepsi publik mengenai penyebaran hoaks di pemilu. Informasi yang beredar di media sosial dapat mempengaruhi pandangan masyarakat terhadap kandidat atau partai politik tertentu.
- b. Kelompok sosial: Kelompok sosial, seperti keluarga, teman, dan rekan kerja, juga dapat mempengaruhi cara individu memandang hoaks yang beredar selama pemilu. Pendapat yang berkembang di dalam kelompok sosial sering kali membentuk cara seseorang menilai isu atau peristiwa tertentu.
- c. Budaya politik: Budaya politik yang ada di masyarakat pun turut memengaruhi persepsi publik terhadap hoaks di pemilu. Masyarakat yang cenderung skeptis terhadap aktor politik sering memiliki perspektif yang berbeda mengenai penyebaran hoaks.

Selain faktor-faktor tersebut, terdapat juga faktor lain yang dapat mempengaruhi persepsi masyarakat tentang penyebaran hoax pada Pemilu, seperti pengalaman pribadi, faktor psikologis, dan pengaruh kebijakan politik. Pengalaman pribadi dapat mempengaruhi persepsi seseorang terhadap suatu isu atau peristiwa. Seseorang yang pernah mengalami penipuan atau hoax dapat menjadi lebih skeptis terhadap informasi yang diterimanya.

1. Menurunkan Kualitas Informasi Politik: Penyebaran hoaks dapat menyebarkan informasi yang keliru dan tidak berdasar, yang pada gilirannya menurunkan kualitas informasi politik yang diterima masyarakat dan memengaruhi keputusan politik mereka.
2. Memperkuat Polarisasi: Hoaks mampu memperdalam polarisasi antara kelompok-kelompok masyarakat dengan pandangan politik yang berbeda, sehingga meningkatkan risiko konflik yang mengganggu kohesi sosial.
3. Memicu Ketidakpercayaan Terhadap Institusi dan Proses Demokrasi: Ketika hoaks tersebar luas, masyarakat mungkin akan kehilangan kepercayaan pada institusi dan proses demokrasi, merasa bahwa pemilu tidak berlangsung dengan adil atau transparan, serta meragukan kredibilitas pihak berwenang.
4. Meningkatkan Risiko Kekerasan Politik: Informasi yang salah dan provokatif dapat memicu konflik dan tindakan kekerasan politik. Masyarakat yang terhasut oleh informasi tersebut mungkin merespons dengan aksi kekerasan sebagai protes atau pembalasan.
5. Meningkatkan Kerentanan Terhadap Pengaruh Asing: Penyebaran hoaks juga dapat membuat suatu negara lebih rentan terhadap intervensi asing yang bertujuan memengaruhi hasil pemilu atau kebijakan politik.



c. Peran Aktor Politik, dan Contoh Dari Dunia Nyata

Dalam mendefinisikan aktor politik, berbagai pendapat muncul, dan dalam dalam rangka itulah peneliti menganalisis berbagai pandangan yang di sadur dari para ahli. Perspektif aktor politik yang pertama peneliti kutip dari Colin Hay, seorang pakar ilmu politik dari Inggris, dia mengutarakannya sebagai berikut: “Actors are conceptualised as conscious, reflexive and strategi:

“Actors are conceptualised as conscious, reflexive and strategic. They are, broadly, intentional in the sense that they may act purposively in the attempt to realise their intentions and preferences. However, they may also act intuitively and/or out of habit. Nonetheless, even when acting routinely they are assumed to be able to render explicit their intentions and their motivations.” (Colin Hay, 2001:6).

Makna dari konsep yang dikemukakan tentang aktor politik oleh Colin Hay tersebut, menyuguhkan sebuah pandangan bahwa aktor politik mempunyai konseptualisasi sebagai individu/kelompok yang secara sadar dengan posisi yang dimilikinya berupaya untuk mewujudkan keinginannya dengan dasar pilihan mereka. Preferensi aktor politik tentu di dasarkan dari kepentingan yang dimiliki sang aktor politik.

Aktor politik pelaku yang mempunyai kekuasaan dalam sistem politik. Aktor didefinisikan sebagai mereka yang berhubungan dengan kedudukan atau memiliki posisi penting. Aktor politik adalah manusia terpilih (the chosen people), mereka adalah pribadi unggul yang mempunyai hati nurani, kecerdasan, dan kedewasaan yang akan membimbing warga negaranya menjadi lebih maju dan mandiri.

Aktor politik merupakan orang-orang yang berhasil menduduki jabatan tinggi di lapisan masyarakat. Setiap masyarakat diperintah oleh sekelompok kecil orang (aktor politik) yang mempunyai kualitas-kualitas yang diperlukan dalam masyarakat, sehingga kehadiran mereka pada kekuasaan sosial dan politik dapat terpenuhi. Aktor politik terbagi menjadi dua kelas masyarakat di antaranya: pertama, kelas atas merupakan aktor yang terbagi ke dalam aktor yang memerintah atau yang mempunyai jabatan di lembaga pemerintah. Kedua, lapisan yang lebih rendah, yaitu non aktor sekelompok orang yang tidak mempunyai kekuasaan di pemerintahan dan lembaga lainnya.

Jadi aktor politik sebagai kelas atas mempunyai kedudukan dalam lembaga pemerintahan, yaitu legislatif. Kelas masyarakat non aktor yang dimaksud sekelompok kecil masyarakat yang tidak memiliki jabatan di pemerintah. Masyarakat non aktor yang dimaksudkan adalah tokoh masyarakat dan pemuka agama.

Gaetano Mosca menjelaskan bahwa aktor merupakan kelompok kecil dari warganegara yang berkuasa dalam sistem politik. Aktor politik sebagai penguasa memiliki kewenangan yang luas untuk mendinamiskan struktur dan fungsi sebuah sistem politik. Secara operasional para aktor atau penguasa mendominasi segi kehidupan dalam sistem politik. Penentuan kebijakan sangat ditentukan oleh kelompok aktor politik. Jadi aktor politik memiliki posisi penting di masyarakat dalam menentukan sebuah kebijakan. Kebijakan tersebut bisa berupa program kerja dan aspirasi.

Aktor politik memainkan peran penting dalam dinamika politik, baik di tingkat lokal maupun nasional. Mereka bertanggung jawab untuk menggerakkan kebijakan, mempengaruhi opini publik, dan membentuk struktur kekuasaan dalam masyarakat. Berikut adalah beberapa peran utama yang dimainkan oleh aktor politik:

- a. Pengambil Keputusan : Aktor politik sering kali terlibat dalam proses pengambilan keputusan yang mempengaruhi kebijakan publik. Mereka dapat



berfungsi sebagai legislator, eksekutif, atau anggota partai politik yang memengaruhi pembuatan undang-undang dan kebijakan.

- b. Perwakilan Masyarakat : Mereka bertindak sebagai jembatan antara pemerintah dan masyarakat, menyampaikan aspirasi dan kebutuhan konstituen kepada pengambil keputusan.
- c. Pembangun Jaringan : Aktor politik membangun aliansi dan jaringan dengan berbagai pemangku kepentingan, termasuk organisasi masyarakat sipil, bisnis, dan media untuk memperkuat posisi mereka dan mencapai tujuan politik.
- d. Pendorong Perubahan Sosial : Melalui kampanye dan advokasi, aktor politik dapat mendorong perubahan sosial yang signifikan, seperti hak asasi manusia, kesetaraan gender, dan isu-isu lingkungan.

Aktor politik memiliki peran krusial dalam membentuk dinamika sosial dan politik di masyarakat. Melalui berbagai cara baik tradisional maupun modern mereka memengaruhi keputusan kebijakan dan membangun hubungan dengan masyarakat. Contoh dari dunia nyata adalah:

1. Dinasti Politik di Indonesia Salah satu contoh nyata dari peran aktor politik adalah fenomena dinasti politik di Indonesia. Dedi Mulyadi adalah contoh aktor politik yang berhasil membangun dinasti politik di Purwakarta. Ia menjabat sebagai Bupati Purwakarta selama dua periode dan kemudian mengantarkan istrinya, Anne Ratna Mustika, untuk menjadi bupati pada periode berikutnya. Selain itu, anaknya Ahmad Habibi Bungsu Maula Akbar juga terlibat dalam politik sebagai ketua DPD Golkar Purwakarta.
2. Penggunaan Media Sosial Dalam konteks modern, aktor politik semakin memanfaatkan media sosial untuk membangun citra dan berinteraksi dengan publik. Misalnya, dalam pemilu mendatang di Indonesia, penggunaan media digital diprediksi akan menjadi arena utama bagi kontestasi antara para aktor politik. Penelitian menunjukkan bahwa media sosial dapat mempengaruhi preferensi pemilih dan memberikan platform bagi aktor politik untuk menyampaikan pesan mereka secara langsung kepada Masyarakat.

KESIMPULAN

Kesimpulan dari pembahasan dalam jurnal ini adalah bahwa propaganda dan disinformasi memiliki pengaruh signifikan terhadap pembentukan opini publik, terutama dalam konteks politik. Penyebaran informasi yang manipulatif, seperti hoaks dan ujaran kebencian, sering digunakan oleh aktor politik untuk mencapai tujuan tertentu, yang berdampak pada polarisasi sosial, melemahnya kepercayaan terhadap institusi, dan potensi disintegrasi bangsa. Pentingnya peningkatan literasi media, pengawasan terhadap penyebaran informasi palsu, serta kolaborasi multisektor dalam menangkal disinformasi menjadi langkah utama untuk mendukung demokrasi yang sehat dan sistem politik yang berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Amilin. (2019). Pengaruh Hoaks Politik dalam Era Post Truth terhadap ketahanan Nasional dan dampaknya pada kelangsungan pembangunan Nasional. *Jurnal Kajian Lemhannas RI*, 5-66.
- Dea Arsyad Mujtahid Shibhotulloh, H. A.-B. (2020). Peran Aktor dalam proses pembentukan Dinasti Politik (Studi kasus di KabupatenPurwakarta). *Polistaat, Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Vol 3, No 1*, 26-48.



- Fathullah, N. S. (2020). *Propaganda pembentukan opini publik tentang aksi penolakan RKUHP dan RUU KPK 2019 di kota Makasar pada Media Sosial WhatsApp*. Makasar: Universitas Hasanuddin.
- Febriansyah Putra, H. P. (2023). Analisis Hoax pada Pemilu: Tinjauan dari Perspektif Pendidikan Politik. *Naradidik: Journal of Education & Pedagogy* , 95-102.
- Hutabarat, Y. R. (2019). *Aktor Politik dan Kampanye Politik ((Studi Atas Kegagalan Caleg Petahana Dalam Pileg)*. Jakarta: Universitas Islam Negeri Syarif Hiidayatullah Jakarta.
- Ismail Zaky Al fatih, R. A. (2024). Peran Algoritma Media Sosial dalam Penyebaran Propaganda Politik Digital menjelang Pemilu. *Jurnal Kajian Stratejik Ketahanan Nasional Vol 07, No 01* , 1-13.
- Rio Gustrinanda, T. T. (2023). Pengaruh Berita Hoax Terhadap Kepercayaan Masyarakat dalam Pemilu di Indonesia. *BULLET : Jurnal Multidisiplin Ilmu* , 158--163.
- Zakiyuddin, A. (2018). Teknik-teknik Propaganda Politik Jalaluddin Rakhmat (Studi kasus pada Kampanye Pemilu 2014 di Kabupaten Bandung dan Kabupaten Bandung Barat). *Jurnal Academia Praja Volume 1 Nomor 1* , 39-58.