

## **PENGARUH BERITA HOAX TERHADAP PERSEPSI MASYARAKAT MENJELANG PEMILIHAN PRESIDEN TAHUN 2019**

**Ary Fandy Dwi Pratama<sup>1</sup>, Veronica Sri Astuti<sup>2</sup>, Renny Candradewi<sup>3</sup>**

Jurusan Ilmu Administrasi Publik, Universitas Panca Marga

Jl. Yos Sudarso, Probolinggo 67271, Indonesia

E-mail: aryintan97@gmail.com<sup>1</sup>, veronica\_manizt@yahoo.com<sup>2</sup>, renny.candradewi@upm.ac.id<sup>3</sup>

### **ABSTRAK**

*Hoax* merupakan informasi yang tidak benar dan tidak mempunyai verifikasi kebenarannya, sehingga diperlukannya pengetahuan bagi masyarakat lebih mengetahui ciri dari *hoax*. Apalagi menjelang pemilu berita *hoax* semakin berkembang dan semakin masyarakat bingung dalam mencari kebenaran. Diharapkan masyarakat tidak ikut membagikan berita yang belum tahu kebenarannya. Hal itu membuat persepsi masyarakat semakin tinggi, sebagaimana penelitian terdahulu banyak menyinggung variabel tersebut. Untuk itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan berita *hoax* terhadap persepsi masyarakat menjelang pemilihan Presiden tahun 2019. Dalam penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan teknik pengumpulan data primer melalui kuesioner secara langsung pada 100 responden, dengan daftar pertanyaan yang diturunkan dari indikator terkait variabel yang diteliti. Untuk mencapai tujuan, dalam penelitian ini menggunakan metode analisis Regresi Linier Sederhana. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *hoax* berpengaruh positif dan signifikan terhadap persepsi masyarakat.

Kata Kunci: *Hoax*, Persepsi masyarakat

***THE EFFECT OF HOAX NEWS ON COMMUNITY PERCEPTIONS  
APPROACHING THE 2019 PRESIDENTIAL ELECTION***

**Ary Fandy Dwi Pratama<sup>1</sup>, Veronica Sri Astuti<sup>2</sup>, Renny Candradewi<sup>3</sup>**

*Department of Public Administration, University of Panca Marga*

*Jl. Yos Sudarso, Probolinggo 67271, Indonesia*

*E-mail: aryintan97@gmail.com<sup>1</sup>, veronica\_manizt@yahoo.com<sup>2</sup>, renny.candradewi@upm.ac.id<sup>3</sup>*

**ABSTRACT**

*Hoax is information that is incorrect and does not have verification of its truth, so that the need for knowledge for the community knows more about the characteristics of hoaxes. Especially before the news hoax election grows and increasingly people are confused in finding the truth. It is hoped that the community will not share the news that does not yet know the truth. That makes people's perceptions even higher, as previous research has alluded to these variables. For this reason, this study aims to determine the relationship of hoax news to public perceptions ahead of the presidential election in 2019. In this study using quantitative methods with primary data collection techniques through questionnaires directly on 100 respondents, with a list of questions derived from indicators related to the variables studied . To achieve the goal, in this study using the method of Simple Linear Regression analysis. The results of this study indicate that hoax variables have a positive and significant effect on people's perceptions.*

*Keywords: Hoax, public perception*