

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **A. Pandangan Tokoh Tentang Etika Deontologi**

Etika merupakan cabang filsafat yang membahas tentang tingkah laku atau perbuatan manusia dalam kaitannya dengan nilai baik dan buruk. Melalui etika, manusia diharapkan mampu memahami serta membedakan berbagai istilah yang sering digunakan, seperti etika, norma, dan moral. Selain itu, etika juga membantu dalam menilai tindakan mana yang dianggap baik berdasarkan berbagai pandangan atau teori yang berkembang.<sup>29</sup>

Dalam perkembangannya, etika tidak hanya dipahami secara umum, tetapi juga terbagi ke dalam beberapa aliran pemikiran. Perbedaan ini muncul karena adanya beragam cara pandang dalam menentukan dasar penilaian moral. Ada aliran yang menilai tindakan berdasarkan kebiasaan dan nilai yang berkembang di

---

<sup>29</sup> Andris Kiamani, “Hubungan Etika Dengan Cabang Ilmu Filsafat”, *Saint Paul’s Review*, Vol 3, No 1, (Juni, 2023), Hal. 13-25

masyarakat, dan ada pula yang menekankan pada prinsip kewajiban sebagai dasar utama dalam bertindak.

Salah satu aliran yang menekankan pada kewajiban tersebut adalah etika deontologi. Aliran ini memandang bahwa suatu tindakan dianggap benar apabila didasarkan pada kewajiban moral, bukan semata-mata karena akibat yang ditimbulkan. Dengan demikian, ukuran utama dalam menilai suatu tindakan adalah kesesuaiannya dengan kewajiban.

Adapun beberapa pandangan tokoh mengenai etika kewajiban (deontologi) adalah sebagai berikut:

#### **1. W.D. Ross**

W.D. Ross, yang memiliki nama lengkap Sir William David Ross, merupakan seorang filsafat moral dari Inggris yang termasuk dalam tradisi filsafat Barat modern. Ia dikenal melalui pemikirannya tentang etika kewajiban yang dikembangkan dalam karyanya *The Right and the Good*. Menurutny, kewajiban moral tidak bersifat

tunggal dan mutlak, melainkan terdiri dari beberapa kewajiban yang disebut sebagai *prima facie duties*, yaitu kewajiban dasar yang pada dasarnya harus dijalankan, namun dapat dipertimbangkan kembali dalam situasi tertentu.<sup>30</sup>

Ross mengemukakan beberapa bentuk kewajiban moral, di antaranya : *fidelity* (menepati janji), *reparation* (memperbaiki kesalahan), *gratitude* (berterima kasih), *justice* (keadilan), *beneficence* (berbuat baik), *self-improvement* (pengembangan diri), dan *non-maleficence* (tidak merugikan orang lain). Kewajiban-kewajiban ini menjadi dasar dalam menentukan tindakan yang baik secara moral.

Dalam praktiknya, kewajiban-kewajiban tersebut dapat saling bertentangan. Oleh karena itu, Ross membedakan antara *prima facie duty* dan *actual duty*, yaitu kewajiban yang dipilih setelah

---

<sup>30</sup> Awe Solomon Kolawole & Esan Oluwatobi David, “Hubungan Pasien-Dokter: Membela Kewajiban Prima Facie W.D. Ross”, *Jurnal Bioetika Bangladesh*, Vol 13, No 3, (November, 2022), Hlm. 35-43

mempertimbangkan berbagai kewajiban yang ada. Dengan demikian, etika kewajiban menurutnya tidak bersifat kaku, tetapi tetap memberikan ruang bagi pertimbangan rasional dalam menghadapi persoalan moral.<sup>31</sup>

## 2. Samuel Pufendorf

Samuel Pufendorf merupakan filsuf dari tradisi hukum alam (*natural law*) dalam filsafat Barat modern awal yang banyak membahas dasar-dasar kewajiban moral. Dalam karyanya yang berjudul *De Jure Naturae et Gentium*, ia menjelaskan bahwa manusia sebagai makhluk sosial memiliki kewajiban moral yang harus dijalankan demi menjadi ketertiban dan keharmonisan kehidupan bersama.<sup>32</sup>

Menurut Pufendorf, kewajiban moral muncul karena manusia tidak dapat hidup sendiri dan selalu

---

<sup>31</sup> Asmawati Burhan, *Buku Ajar Etika Umum*, (Yogyakarta: Deepublish Publisher, 2029), Hlm. 23

<sup>32</sup> Ilham Daffi Syabana & Idris, “Analisis Pengaruh Dan Implementasi Aliran Hukum Alam (Rasional) Terhadap Sistem Hukum Indonesia Dan Hukum Lingkungan Di Indonesia”, *Jurnal Hukum, Politik Dan Ilmu Sosial (Jhpis)*, Vol 3, No 1, (Maret, 2024), Hlm. 197-206

bergantung pada orang lain dalam kehidupan sosial. Oleh karena itu, ia membagi kewajiban manusia ke dalam tiga bentuk utama, yaitu kewajiban terhadap Tuhan, kewajiban terhadap diri sendiri, dan kewajiban terhadap sesama manusia. Ketiga kewajiban ini menjadi dasar dalam mengatur perilaku manusia agar sesuai dengan hukum alam yang rasional.<sup>33</sup>

Lebih lanjut, Pufendorf menegaskan bahwa kewajiban moral bersifat mengikat karena berasal dari kodrat manusia yang dapat dipahami melalui akal. Dengan demikian, manusia dituntut untuk bertindak sesuai dengan prinsip rasionalitas agar tidak merusak tatanan kehidupan sosial.

Pandangan tersebut menunjukkan bahwa kewajiban moral menurut Pufendorf tidak hanya bersifat individu, tetapi juga memiliki dimensi sosial

---

<sup>33</sup> Samuel Pufendorf, *On The Duty Of Man And Citizen According To Natural Law*, Ed. James Tully Dan Michael Silverthorne, (Cambridge: Cambridge University Press, 1991), Hlm. 32

yang mengatur hubungan manusia dalam kehidupan bermasyarakat.

### 3. William Paley

William Paley, menjelaskan bahwa dasar dari kewajiban moral manusia bersumber dari kehendak Tuhan. Menurut William Paley, tindakan moral manusia pada dasarnya harus mengacu pada perintah Tuhan sebagai dasar utama kewajiban. Ia berpendapat bahwa manusia memiliki tanggung jawab untuk menaati aturan yang diberikan oleh Tuhan karena hal tersebut menjadi dasar terciptanya kebaikan dan ketertiban dalam kehidupan. Dalam pandangannya, kewajiban moral tidak hanya bersifat rasional, tetapi juga bersifat religius.<sup>34</sup>

Lebih lanjut, Paley menjelaskan bahwa kepatuhan terhadap kewajiban moral akan membawa manusia pada kebahagiaan dan kebaikan, sedangkan

---

<sup>34</sup> Can Wang, *The Science And Logic Of William Paley's Moral Philosophy*, (Durham University, 2021), Hlm. 1-99, <https://etheses.dur.ac.uk/14004/>, Diakses 19 April 026.

pelanggaran terhadap kewajiban tersebut akan membawa akibat buruk bagi kehidupan individu maupun masyarakat. Dengan demikian, moralitas dalam pandangannya memiliki hubungan erat antara kewajiban dan konsekuensi yang diterima manusia. Meskipun demikian, pemikiran William Paley tetap memiliki keterkaitan dengan etika kewajiban karena menempatkan kepatuhan terhadap perintah moral sebagai dasar utama dalam bertindak.

Berdasarkan pemaparan beberapa tokoh di atas, dapat disimpulkan bahwa etika deontologi atau etika kewajiban memiliki variasi pemikiran yang beragam dalam tradisi filsafat moral. Samuel Pufendorf menekankan bahwa kewajiban moral bersumber dari hukum alam yang melekat pada kodrat manusia sebagai makhluk sosial, sehingga manusia memiliki tanggung jawab moral terhadap Tuhan, diri sendiri, dan sesama. Sementara itu, William Paley memandang bahwa kewajiban moral berlandaskan pada kehendak Tuhan,

sehingga kepatuhan terhadap perintah ilahi menjadi dasar utama dalam menentukan tindakan yang benar atau salah.

Berbeda dengan kedua tokoh tersebut, W.D. Ross mengembangkan etika kewajiban yang lebih fleksibel dengan konsep *prima facie duties*, yaitu kewajiban moral yang bersifat jamak dan dapat saling berbenturan sehingga memerlukan pertimbangan rasional dalam menentukan kewajiban yang paling tepat untuk dilakukan dalam situasi tertentu.

Dengan demikian, dapat dipahami bahwa etika deontologi tidak bersifat tunggal, melainkan berkembang dari pendekatan hukum alam, teologis, hingga rasional kontemporer. Meskipun memiliki perbedaan pandangan, ketiga tokoh tersebut sama-sama menempatkan kewajiban moral sebagai dasar utama dalam menilai benar atau salahnya suatu tindakan, bukan semata-mata berdasarkan akibat yang ditimbulkan. Dalam perkembangan filsafat moral, pemikiran Immanuel Kant kemudian menjadi salah satu konsep etika deontologi yang paling berpengaruh

karena menempatkan rasionalitas dan kewajiban moral sebagai prinsip utama dalam bertindak. Prinsip tersebut memiliki relevansi dalam kehidupan modern, terutama dalam penggunaan media sosial secara bertanggung jawab, termasuk dalam menyikapi fenomena penyebaran hoaks pada aplikasi TikTok.

#### **B. Media Sosial TikTok**

Media sosial pada dasarnya merupakan platform digital yang memungkinkan pengguna untuk berinteraksi, berbagi informasi, serta memproduksi dan mendistribusikan konten secara mandiri. Dalam konteks modern, media sosial tidak hanya berfungsi sebagai sarana komunikasi interpersonal, tetapi juga sebagai media komunikasi massa yang bersifat terbuka, partisipatif, dan berbasis teknologi digital. Perkembangan media sosial telah mengubah cara masyarakat dalam memperoleh dan menyebarkan informasi, dari yang

sebelumnya bersifat satu arah menjadi lebih interaktif dan dinamis.<sup>35</sup>

Salah satu bentuk media sosial yang berkembang pesat saat ini adalah TikTok. TikTok merupakan platform media sosial berbasis video pendek yang memungkinkan pengguna untuk membuat, mengedit, dan membagikan konten secara cepat dan luas kepada pengguna lain. Platform ini menyediakan berbagai fitur kreatif seperti penggunaan musik latar, efek visual, filter, serta alat pengeditan yang mudah digunakan sehingga mendukung pengguna dalam menghasilkan konten yang menarik dan komunikatif. TikTok tidak hanya berfungsi sebagai media hiburan, tetapi juga berkembang sebagai sarana penyampaian informasi, edukasi, promosi, bahkan kampanye sosial. Tingginya popularitas platform ini, terutama di kalangan generasi muda, menjadikannya

---

<sup>35</sup> Paskah Randyca, Dkk, "Media Sosial Sebagai Sarana Komunikasi Massa Dan Partisipasi Politik Masyarakat", *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, Vol 3, No 5, (April, 2024), Hlm. 96-105

sebagai salah satu media utama dalam penyebaran informasi di era digital.<sup>36</sup>

Sebagai media berbasis *user-generated content*, TikTok memungkinkan setiap pengguna berperan sebagai produsen sekaligusnya konsumen informasi.<sup>37</sup> Fitur interaktif seperti komentar, duet, dan siaran langsung juga memungkinkan terjadinya komunikasi dua arah yang memperkuat keterlibatan pengguna dalam proses komunikasi digital. Dengan karakteristik tersebut, membuat TikTok memiliki daya jangkauan yang luas dan mampu mempengaruhi pola komunikasi masyarakat dalam mengonsumsi informasi.<sup>38</sup>

Selain itu, sistem algoritma yang digunakan TikTok memiliki peran penting dalam menentukan

---

<sup>36</sup> Putri Naming Rahmana, Dkk, “Pemanfaatan Aplikasi Tiktok Sebagai Media Sosial Di Era Generasi Z”, *Akademika: Jurnal Teknologi Pendidikan*, Vol 11, No 2, (Desember, 2022), Hlm. 401-410

<sup>37</sup> Anggi Khairunnisa Siregar & Anisa Diniati, “Pengaruh User Generated Content Tiktok Terhadap Brand Awareness Somethinc Pada Generasi Z”, *Wacana: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, Vol 24, No 1, (Juni, 2025), Hlm. 1-14

<sup>38</sup> Gita Melinda, Dkk, “Interaktif Komunikasi Antara Influencer Mikro Dengan Audiensnya Di Platform Tiktok: Analisis Etnografi Digital”, *Jurnal Pendidikan Inovatif*, Vol 6, No 1, (Januari, 2026), Hllm. 89-98

distribusi konten kepada pengguna. Algoritma tersebut bekerja dengan menganalisis berbagai bentuk interaksi pengguna, seperti video yang ditonton, durasi menonton, tanda suka, komentar, serta konten yang sering dibagikan.

<sup>39</sup> Berdasarkan data tersebut, sistem akan melakukan personalisasi konten dan merekomendasikan video yang dianggap relevan dengan minat pengguna melalui halaman *for you page* (fyp).<sup>40</sup> Mekanisme ini memungkinkan suatu konten menjangkau audies yang lebih luas tanpa harus memiliki jumlah pengikut yang besar.

Di satu sisi, sistem algoritma TikTok memberikan kemudahan dalam penyebaran informasi secara cepat dan luas. Namun, di sisi lain, sistem ini juga berpotensi mempercepat penyebaran informasi yang tidak benar.

Konten yang bersifat sensasional, menarik perhatian, dan

---

<sup>39</sup> Anas Al Marzaq, Dkk, “Pengaruh Teknologi Ai Pada Algoritma Tiktok Terhadap Respons Dan Penerimaan Pengguna”, *Jurnal Rein (Rekayasa Informatika)*, Vol 2, No 1, (Agustus, 2025), Hlm. 9-15

<sup>40</sup> Salwa Reulina Ramallah Ginting, Dkk, “Algoritma Cerdas Tiktok: Mengubah Cara Generasi Z Mengonsumsi Informasi”, *Edutik: Jurnal Pendidikan Teknologi Informasi Dan Komunikasi*, Vol 5, No 3, (Juni, 2025), Hlm. 485-495

memicu emosi cenderung lebih mudah memperoleh interaksi tinggi sehingga lebih sering direkomendasikan oleh algoritma.<sup>41</sup> Akibatnya, informasi yang belum tentu kebenarannya dapat dengan cepat tersebar dan diterima oleh banyak pengguna tanpa melalui proses verifikasi yang memadai. Hal ini menunjukkan bahwa distribusi informasi dalam media digital tidak hanya ditentukan oleh kebenaran informasi, tetapi juga oleh tingkat interaksi yang dihasilkan.<sup>42</sup>

Budaya digital di TikTok menunjukkan bahwa popularitas sering kali menjadi ukuran utama dalam menilai keberhasilan suatu konten. Hal ini terlihat dari kecenderungan pengguna untuk menciptakan konten yang menarik perhatian dan berpotensi viral guna memperoleh interaksi tinggi seperti tanda suka, komentar, dan

---

<sup>41</sup> Zuhrinal M. Nawawi & Siti Nurhalimah, "Pengaruh Copywriting Emosional Terhadap Engagement Di Platform Sosial Berbasis Algoritma Kurasi (Seperti Reels & Fyp Tiktok)", *Maslahah: Jurnal Manajemen Dan Ekonomi Syariah*, Vol 3, No 3, (Juli, 2025), Hlm. 1-9

<sup>42</sup> Intan Novita Dwi Sabela, Dkk, "Hoaks Berbasis Kecerdasan Buatan Ai Sebagai Tantangan Literasi Media Sosial", *Relasi: Jurnal Penelitian Komunikasi*, Vol 6, No 1, (Januari, 2026), Hllm. 44-54

jumlah.<sup>43</sup> Dalam upaya memperoleh popularitas tersebut, tidak sedikit konten yang lebih menekankan aspek sensasi dan hiburan dibandingkan dengan kebenaran informasi yang disampaikan.<sup>44</sup> Fenomena tersebut diperkuat oleh munculnya trend dan tantangan (*challenge*) viral di TikTok yang mendorong pengguna untuk mengikuti pola konten tertentu agar lebih mudah dikenal oleh pengguna lain. Kondisi ini juga berkaitan dengan adanya kecenderungan *fear of missing out* (FOMO), yaitu rasa khawatir tertinggal dari tren yang sedang berkembang, serta adanya tekanan sosial untuk memperoleh pengakuan di ruang digital.<sup>45</sup> Keadaan tersebut dapat memengaruhi

---

<sup>43</sup> Rasid Siddik, Dkk, , “Pengaruh Konten Kreatif, Interaksi Pengguna Dan Popularitas Influencer Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Program Afiliasi Tiktok” *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi*, Vol 10, No 2, (April,2024), hlm.

<sup>44</sup> Rizqi Awalul Rijal, Dkk, ”Politik Post-Truth Di Tiktok: Dampaknya Terhadap Perilaku Politik Mahasiswa Generasi Z”, *Jurnal Intelek Dan Cendekiawan Nusantara*, Vol 2, No 3, (Juni-Juli, 2025), Hlm. 3174-3178

<sup>45</sup> Agung Loka Jnanatepasa, Dkk, “Pengaruh Terpaan Konten Viral Pada Media Sosial Tiktok Terhadap Tingkat Fomo (Fear Of Missing Out) Di Kalangan Gen Z Di Denpasar”, *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ilmu Komunikasi*, Vol 6, No 3, (Desember, 2025), Hllm. 209-227

perilaku pengguna dalam memproduksi dan menyebarkan konten di media sosial.<sup>46</sup>

Dalam situasi demikian, tidak jarang informasi disajikan secara berlebihan atau dikemas sedemikian rupa agar lebih menarik perhatian dan mudah viral. Hal ini menunjukkan bahwa budaya popularitas di TikTok dapat mempengaruhi kualitas informasi yang beredar di dalamnya. Dengan demikian, TikTok memiliki peran penting sebagai media komunikasi modern yang mampu menyebarkan informasi secara cepat dan efektif kepada masyarakat luas. Namun, di balik berbagai kemudahan tersebut, TikTok juga memiliki potensi risiko dalam penyebaran hoaks apabila tidak diimbangi dengan kesadaran etika dalam penggunaannya.

### **C. Hoaks Dalam Media Sosial TikTok**

Hoaks merupakan informasi yang tidak benar atau direayasa sedemikian rupa sehingga tampak seolah-olah

---

<sup>46</sup> Muhammad Firdhi Al Ghafary & Mirna Nur Alia Abdullah, "Pengaruh Strandar Tiktok Terhadap Kebiasaan Dan Kesehatan Mental", *Nusantara: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*, Vol 12, No 5, (2025), Hlm. 1809-1814

sebagai informasi yang valid.<sup>47</sup> Istilah hoaks merujuk pada berita atau informasi palsu yang sengaja dibuat dan disebarkan dengan tujuan tertentu, seperti mempengaruhi opini publik, menimbulkan kepanikan, membentuk persepsi tertentu, atau menciptakan kebencian di dalam masyarakat maupun kelompok tertentu.<sup>48</sup> Dalam konteks komunikasi modern, hoaks tidak hanya terbatas pada bentuk teks, tetapi juga dapat berbentuk gambar, video, maupun kombinasi dari berbagai media yang dirancang untuk memperkuat kesan kebenaran.

Secara etimologis, istilah *hoax* berasal dari bahasa Inggris yang berarti “tipuan” atau “berita bohong”. Kata ini berkembang dari istilah *hocus pocus* yang digunakan dalam praktik sulap untuk mengelabui penonton. Sejak awal munculnya, hoaks berkaitan erat dengan upaya

---

<sup>47</sup> Eka Maina Listuti, “Penanggulangan Penyebaran Hoaks Yang Mengancam Keamanan Negara Indonesia Di Dunia Maya Dengan Pendekatan Bela Negara”, *Jurnal Magister Ilmu Hukum*, Vol 8, No 1, (Februari, 2023), Hlm. 16-35

<sup>48</sup> Matthew Edbert Hermanto & Admad Junaidi, “Cara Hoaks Memengaruhi Opini Publik Mahasiswa Fikom Untar Angkatan 2018 Dalam Protokol Covid-19”, *Kirawi*, Vol 1, No 3, (September, 2022), Hlm. 424-434

menciptakan ilusi kebenaran yang sebenarnya tidak pernah ada.<sup>49</sup>

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi di era digital telah membawa perubahan besar dalam pola penyebaran informasi. Pada masa sebelumnya, informasi lebih banyak disalurkan melalui media konvensional yang memiliki proses seleksi dan verifikasi. Namun, pada era digital saat ini, setiap individu dapat dengan mudah memproduksi dan menyebarkan informasi melalui berbagai platform media sosial, termasuk TikTok. Kondisi tersebut menyebabkan arus informasi berlangsung sangat cepat, tetapi di sisi lain juga membuka peluang yang besar bagi penyebaran hoaks. Kemudahan akses, kecepatan distribusi, serta jangkauan yang luas

---

<sup>49</sup> Maria Ulfa Batoebara & Buyung Solihin Hasugian,” Isu Hoaks Meningkat Menjadi Potensi Kekacauan Informasi”, *Journal Of Information System Computer Science & Information Technology*, Vol 4, No 2, (Desember, 2023), Hlm. 64-79

menjadikan hoaks sebagai salah satu tantangan utama dalam kehidupan masyarakat digital.<sup>50</sup>

TikTok menjadi salah satu media sosial yang berpotensi mempercepat penyebaran hoaks. Platform ini memungkinkan pengguna untuk membagikan informasi secara instan kepada banyak orang tanpa melalui proses verifikasi yang ketat. Selain itu, fitur seperti *share*, komentar, serta algoritma yang mendukung penyebaran konten viral semakin mempercepat penyebaran informasi, baik yang benar maupun yang tidak benar. Dalam kondisi demikian, batas antara informasi yang valid dan tidak valid menjadi semakin kabur.<sup>51</sup>

Salah satu faktor yang mempercepat penyebaran hoaks di TikTok adalah rendahnya tingkat literasi digital masyarakat. Literasi digital merupakan kemampuan individu dalam menggunakan teknologi, memahami

---

<sup>50</sup> Bawazir Fadhil Mohammad, Dkk, “Menangkal Penyebaran Hoaks Dan Disinformasi Di Dunia Digital”, *Pendas: Jurnal Ilmiah Pendidikan Dasar*, Vol 9, No 4, (Desember, 2024), Hllm. 234-242

<sup>51</sup> Hayatun Nafis, Dkk,” Peran Literasi Digital Dalam Menangka Misinformasi Dan Hoaks Di Media Sosial Studi Kasus Di Kalangan Akademisi”, *Jurnal Ilmu Computer Revousioner*, Vol 9, No 4, (April, 2025), Hal. 114-125

nformasi, serta memverifikasi kebenaran informasi yang diterima melalui media digital rendahnya literasi digital menyebabkan banyak pengguna TikTok mudah percaya dan menyebarkan informasi tanpa melakukan pemeriksaan terlebih dahulu terhadap sumber maupun kebenarannya.<sup>52</sup>

Selain itu, banyak pengguna TikTok cenderung lebih tertarik pada informasi yang sesuai dengan keyakinan atau pandangan pribadi mereka sehingga informasi tersebut lebih mudah diterima dan dibagikan tanpa proses verifikasi. Fenomena ini dikenal sebagai *confirmation bias*, yaitu kecenderungan seseorang untuk menerima informasi yang mendukung pandangannya sendiri dan menolak informasi yang bertentangan dengan

---

<sup>52</sup> Yuni Kartika Putri & Ardoni, “Pengaruh Penerapan Literasi Digital Terhadap Pencegahan Penyebaran Hoaks Di Media Sosial Studi Kasus: Mahasiswa Universitas Negeri Padang”, *Jurnal Pendidikan Tambusai*, Vol 9, No 2, (Agustus, 2025), Hal. 27752-27759

keyakinanya. Kondisi tersebut turut memperkuat penyebaran hoaks di TikTok.<sup>53</sup>

Hoaks di TikTok dapat dikenali melalui beberapa ciri tertentu. Pertama, informasi biasanya tidak memiliki sumber yang jelas atau sulit diverifikasi kebenarannya. Kedua, judul dan isi informasi sering kali bersifat provokatif, sensasional, dan dibuat untuk menarik perhatian pengguna. Ketiga, informasi umumnya mengandung unsur emosional yang kuat, seperti rasa takut, marah, maupun simpati berlebihan. Keempat, informasi sering kali tidak didukung oleh data atau fakta yang valid sehingga sulit di pertanggungjawabkan kebenarannya melalui sumber resmi. Dengan mengenali ciri-ciri tersebut, pengguna TikTok diharapkan dapat lebih kritis dalam menyikapi informasi yang beredar di platform tersebut.<sup>54</sup>

---

<sup>53</sup> Al-Amin & Lina Affifatusholihah, "Hoaxes And Echo Chambers: The Phenomenon Of Confirmation Bias In The Digital Space, *International Journal Of Society Reviews*, Vol 3, No 6, (Juni, 2025), Hal. 999-1006

<sup>54</sup> Agus Ari Iswara, Dkk," Analisis Hoax Yang Dipublikasikan Berulang", *Jurnal Pekommas*, Vol 8, No 1, (Juni, 2023), Hal.. 87-94

Selain memiliki ciri-ciri tertentu, hoaks di TikTok juga dapat diklasifikasikan ke dalam beberapa jenis. Pertama, *fake news*, yaitu berita palsu yang dibuat seolah-olah berdasarkan fakta, padahal tidak memiliki dasar kebenaran. Kedua, *misleading content*, yaitu informasi yang menyesatkan karena fakta disajikan secara tidak utuh atau dipelintir. Ketiga, *clickbait*, yaitu judul atau isi konten yang dibuat secara berlebihan untuk menarik perhatian pengguna, tetapi tidak sesuai dengan isi sebenarnya. Keempat, *fabricated content*, yaitu informasi yang sepenuhnya dibuat tanpa berdasarkan fakta yang nyata. Kelima, *manipulated content*, yaitu informasi yang telah diubah atau diedit dari sumber aslinya sehingga menghasilkan makna yang berbeda. Keenam, *false context*, yaitu informasi yang sebenarnya benar, tetapi ditempatkan dalam konteks yang salah sehingga menimbulkan kesalahpahaman. Klasifikasi tersebut menunjukkan bahwa hoaks di TikTok tidak hanya hadir

dalam satu bentuk, melainkan memiliki variasi yang kompleks dalam penyebarannya di era digital.<sup>55</sup>

Penyebaran hoaks di TiTok memiliki dampak sangat luas dan dapat memengaruhi berbagai aspek kehidupan masyarakat. Dalam konteks sosial, hoaks yang tersebar melalui video pendek di TikTok dapat menimbulkan kesalahpahaman, memicu konflik, serta merusak hubungan antarindividu maupun kelompok. Dalam aspek politik, hoaks di TikTok juga dapat digunakan untuk mempengaruhi opini publik dan membentuk persepsi masyarakat terhadap suatu isu tertentu. Sementara itu, dalam aspek ekonomi, penyebaran informasi palsu melalui konten TikTok dapat merugikan pihak tertentu, misalnya melalui promosi yang menyesatkan atau informasi yang tidak sesuai fakta mengenai suatu produk atau perusahaan.<sup>56</sup>

---

<sup>55</sup> Endang Indartuti, Dkk, “Analysis Of Covid-19 Hoax Dissemination In Indonesia”, *Society*, Vol 12, No 2, (November, 2024), Hal. 251-278

<sup>56</sup> Salsa Dwi Nurhaliza, “Dampak Dampak Negatif Hoax Di Media Sosial Ditinjau Dari Sila Ketiga Pancasila”, *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, Vol 4, No 2, (November, 2024), Hal. 70-75

Selain itu, penyebaran hoaks di TikTok juga berdampak pada menurunnya tingkat kepercayaan masyarakat terhadap informasi. Ketika masyarakat sering terpapar informasi yang tidak benar, maka kepercayaan terhadap media maupun sumber informasi lainnya akan semakin berkurang. Hal ini dapat menimbulkan kebingungan dan ketidakpastian dalam masyarakat, karena sulit membedakan informasi yang benar dan yang tidak benar.<sup>57</sup>

Dalam konteks kehidupan digital, penyebaran hoaks di TikTok juga dapat mempengaruhi kualitas interaksi sosial di ruang digital. TikTok yang pada dasarnya berfungsi sebagai media hiburan, komunikasi dan pertukaran informasi justru dapat berubah menjadi sarana penyebaran informasi yang tidak bertanggung jawab apabila tidak digunakan secara bijak. Karakteristik TikTok yang memungkinkan konten menyebar secara

---

<sup>57</sup> Hari Suriadi, "Krisis Kepercayaan Masyarakat Terhadap Lembaga Publik Di Era Disinformasi Digital", *Jurnal Ilmu Sosial, Pendidikan Dan Keagamaan*, Vol 1, No 1, ( Juni, 2025), Hal 38-52

cepat melalui sistem algoritma dan halaman *For You Page* menyebabkan informasi palsu lebih mudah menjangkau banyak pengguna dalam waktu singkat.

Dengan demikian, hoaks di media sosial TikTok merupakan fenomena yang tidak dapat dipisahkan dari perkembangan teknologi digital. Keberadaannya menjadi tantangan yang perlu dihadapi dengan meningkatkan kesadaran moral, serta tanggung jawab dalam menggunakan TikTok sebagai sarana komunikasi dan penyebaran informasi.

