

## ABSTRAK

Hoaks sebagai sebuah objek digital memiliki kekuatan yang besar untuk mempengaruhi seseorang. Khususnya di momen krusial seperti saat ini dimana kita akan menyambut pemilihan umum tahun 2024. Untuk itu perlu dilakukan investigasi lebih lanjut guna menangani hoaks. Penelitian ini akan menghadirkan perspektif baru dalam penanganan hoaks dari sisi penerima informasi. Menggunakan eye tracking, akan dilakukan investigasi terhadap atensi visual penerima informasi untuk memahami bagaimana interaksi penerima dengan hoaks sebagai objek digital. Penelitian ini akan menjadi penelitian kualitatif dan melibatkan 12 orang responden yang telah dipilih berdasarkan kriteria. Dari penelitian ini ditemukan dua pola atensi yang ditunjukkan yaitu *spotted pattern* dan *layer cake scanning pattern*. Selain itu terdapat perbedaan reaksi ketika membaca hoaks dan membaca fakta.

Kata kunci: Atensi Visual, Objek digital, Eye Tracking, Hoaks, Twitter



## ***ABSTRACT***

*Hoax as a digital object has great power to influence someone. Especially at a crucial moment like now where we will welcome the 2024 general election. For this reason, further investigations need to be carried out to deal with hoaxes. This research will present a new perspective in handling hoaxes from the side of the information recipient. Using eye tracking, an investigation will be carried out on the visual attention of the recipient of the information to understand how the recipient interacts with the hoax as a digital object. This research will be a qualitative research and involve 12 respondents who have been selected based on criteria. From this study, two attention patterns were found, namely the spotted pattern and the layer cake scanning pattern. In addition, there are differences in reaction when reading hoaxes and reading facts.*

*Keywords: Visual Attention, Digital Object, Eye Tracking, Hoax, Twitter*

