

Skripsi

**STRATEGI DINAS KOMUNIKASI DAN INFORMATIKA KOTA
PAREPARE DALAM MENANGANI BERITA HOAKS DI
LEMBAGA PENYIARAN PUBLIK**



Oleh

**ASRIADI
NIM: 15.3100.046**

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS USHULUDDIN ADAB DAN DAKWAH
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
PAREPARE**

2019

**STRATEGI DINAS KOMUNIKASI DAN INFORMATIKA KOTA
PAREPARE DALAM MENANGANI BERITA HOAKS DI
LEMBAGA PENYIARAN PUBLIK**



Oleh

**ASRIADI
NIM: 15.3100.046**

Skripsi sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S.Sos)
pada Program Studi Manajemen Dakwah Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah
Institut Agama Islam Negeri Parepare

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS USHU LUDDIN ADAB DAN DAKWAH
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
PAREPARE**

2019

**STRATEGI DINAS KOMUNIKASI DAN INFORMATIKA KOTA
PAREPARE DALAM MENANGANI BERITA HOAKS DI
LEMBAGA PENYIARAN PUBLIK**

Skripsi

**Sebagai salah satu syarat untuk mencapai
Gelar Sarjana Sosial**

**Program Studi
Komunikasi dan Penyiaran Islam**

Disusun dan diajukan oleh

**ASRIADI
NIM: 15.3100.046**

**Kepada
PAREPARE**

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS USHULUDDIN ADAB DAN DAKWAH
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
PAREPARE**

2019

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Asriadi
 Nama Mahasiswa : Strategi Dinas Komunikasi dan Informatika
 Kota Parepare dalam Menangani Berita
 Hoaks di Lembaga Penyiaran Publik
 NIM : 15.3100.046
 Fakultas : Ushuluddin, Adab dan Dakwah
 Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam
 Dasar Penetapan Pembimbing : SK. Ketua Jurusan IAIN Parepare
 B-272/In.39/PP.00.9/03/2019

Disetujui oleh

Pembimbing Utama : Dr. A. Nurkidam, M. Hum.
 NIP : 19641231 199203 1 045
 Pembimbing Pendamping : Muhammad Haramain, M,Sos.I.
 NIP : 19840312 201503 1 003

(.....)
 (.....)

Mengetahui:

Dekan Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah



Dr. H. Abd. HalimK., M.A.
 NIP. 19590624 199803 1 001

SKRIPSI

**STRATEGI DINAS KOMUNIKASI DAN INFORMATIKA KOTA
PAREPARE DALAM MENANGANI BERITA HOAKS DI
LEMBAGA PENYIARAN PUBLIK**

Disusun dan diajukan oleh

ASRIADI
NIM. 15.3100.046

Telah dipertahankan di depan panitia ujian munaqasyah
Pada tanggal 04 Februari 2020 dan dinyatakan
Telah memenuhi syarat

Mengesahkan

Dosen Pembimbing

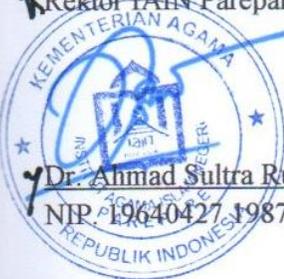
Pembimbing Utama	:	Drs. A. Nurkidam, M. Hum.	(.....)
NIP	:	19641231 199203 1 045	(.....)
Pembimbing Pendamping	:	Muhammad Haramain, M.Sos. I.	(.....)
NIP	:	19840312 201503 1 003	(.....)

Mengetahui :

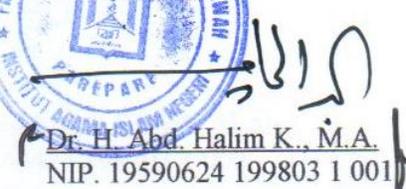
Rektor IAIN Parepare



Dr. Ahmad Sultra Rustan, M.Si.
NIP. 19640427 198703 1 002



Dekan Fakultas Ushuluddin, Adab, dan Dakwah



Dr. H. Abd. Halim K., M.A.
NIP. 19590624 199803 1 001



PENGESAHAN KOMISI PENGUJI

Judul Skripsi : Strategi Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Parepare dalam Menangani Berita Hoaks di Lembaga Penyiaran Publik

Nama Mahasiswa : Asriadi

Nomor Induk Mahasiswa : 15.3100.046

Fakultas : Ushuluddin, Adab dan Dakwah

Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Dasar Penetapan Pembimbing : SK. Ketua Jurusan IAIN Parepare B-. B.272/In.39/PP.00.9/12/2018

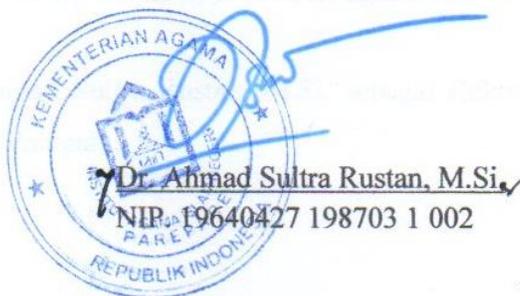
Tanggal Kelulusan : 24 Januari 2020

Disahkan Oleh Komisi Penguji

Dr. A. Nurkidam, M. Hum.	(Ketua)	(.....)
Muhammad Haramain, M,Sos.I	(Sekretaris)	(.....)
Dr. Muh. Qadaruddin, M,Sos.I	(Anggota)	(.....)
Nurhakki, Sos., M.Si.	(Anggota)	(.....)

Mengetahui:

Rektor IAIN Parepare


Dr. Ahmad Sultra Rustan, M.Si. ✓
NIP. 19640427 198703 1 002

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ
 الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلَى أَشْرَفِ الْأَنْبِيَاءِ وَالْمُرْسَلِينَ سَيِّدِنَا مُحَمَّدٍ وَعَلَى آلِهِ
 وَصَحْبِهِ أَجْمَعِينَ. أَمَّا بَعْدُ.

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT berkat hidayah, taufik dan maunah-Nya, penulis dapat menyelesaikan tulisan ini sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi dan memperoleh gelar “Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam” Institut Agama Islam Negeri Parepare.

Penulis menghaturkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada kedua orang tua, Ayahanda Mide, ST dan Ibunda Nurhayati yang telah membesarkan, mendidik, memberikan seluruh cinta dan kasih sayangnya, tak hentinya memanjatkan do’a demi keberhasilan dan kebahagiaan penulis. Kepada saudara Asriani, Ansar Muh. Ashar dan sepupu A. Putrieni yang selalu memberikan motivasi, serta seluruh keluarga besar yang telah memberikan dukungan dan do’a kepada penulis dalam menyelesaikan pendidikan.

Skripsi ini diharapkan dapat bermanfaat kepada semua pihak sebagai acuan untuk mendapatkan informasi dan dapat dijadikan sebagai literatur dalam penelitian yang lain. Skripsi ini dapat selesai tentunya tidak lepas dari bantuan semua pihak yang turut berkontribusi serta memiliki andil yang cukup besar dalam menyelesaikannya. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Dr. Ahmad Sultra Rustan, M.Si. sebagai Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare.

2. Bapak Dr. H. Abdul Halim, K., Lc, M.A. sebagai Dekan Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah.
3. Bapak Dr. Iskandar, S.Ag., M. Sos.I. sebagai Wakil Dekan I dan Bapak Dr. Musyarif, S.Ag., M.Ag. Sebagai Wakil Dekan II Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah
4. Ibu Nurhakki, M.Sos.I. Ketua prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam yang selalu memberikan motivasi dan dukungannya.
5. Bapak Dr. A. Nurkidam, M. Hum. dan Muhammad Haramain M. Sos. I. selaku pembimbing I dan pembimbing II, atas segala bantuan dan bimbingan yang telah diberikan, penulis ucapkan banyak terima kasih.
6. Bapak/Ibu Dosen dan Staf pada Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah yang telah mendidik, membimbing dan memberikan ilmu untuk masa depan penulis.
7. Kepala Akademik beserta Staf Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare yang telah memberikan pelayanan yang baik dan membantu untuk memenuhi syarat-syarat penyelesaian penulis.
8. Kepala Perpustakaan beserta Staf Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare yang telah memberikan pelayanan yang baik serta menyediakan referensi yang membantu penulis dalam membuat skripsi.
9. Kepala Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Parepare beserta kepala bidang Informasi dan Komunikasi Publik yang telah banyak membantu dalam pengumpulan data penelitian.
10. Ketua Yayasan Amal Jariah Indonesia Ustadz. Ardian Kamal, M.Sc yang telah banyak memberikan dukungan dan motivasi kepada penulis.
11. Seluruh teman-teman seperjuangan di program studi Komunikasi dan Penyiaran Islam khususnya Muh. Akbar, Rezky Triady Ahmady, Saenal, Nasrul, Zulkifli Zainuddin, Zainuddin, Arwin, Akbar Aidil, Risma, Syamsupiana Kasim, Khaerun Nisa, Nurhang, Nurlina, Riska, Herminda, Nurul Muafida, Shela Majid, Rasni, dan Supiana.

12. Teman-teman posko Kuliah Pengabdian Masyarakat (KPM) di desa Tonrong Rijang, Kecamatan Baranti, Kabupaten Sidrap yang begitu berarti dalam hidup penulis : Marwan Hudawi, Sarfianti, Nurfadillah, Dewi, hartina, Indah, Ekawati dan posko Panreng Muh. Ramdan, Saenal, Kartika Sabir, Arfina Damayanti, dan Ainun Fadillah.

Penulis tak lupa mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan, baik moril maupun materil hingga skripsi ini dapat diselesaikan. Semoga Allah SWT berkenan menilai segala kebaikan sebagai amal jariyah dan memberikan rahmat pahala-Nya.

Akhirnya penulis menyampaikan kiranya pembaca berkenan memberikan saran konstruktif demi kesempurnaan skripsi ini, karena penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna akan tetapi besar harapan penulis, semoga skripsi ini dapat berguna dan bermanfaat bagi kita semua. Aamiin.

Parepare, 27 November 2019
Penulis,

PAREPA



ASRIADI
NIM. 15.3100.046

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Mahasiswa yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Asriadi
NIM : 15.3100.046
Tempat/Tgl. Lahir : Palu, 24 September 1997
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas : Ushuluddin, Adab dan Dakwah
Judul Skripsi : Strategi Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Parepare dalam Menangani Berita Hoaks di Lembaga Penyiaran Publik

Menyatakan dengan sesungguhnya dan penuh kesadaran bahwa skripsi ini benar merupakan hasil karya saya sendiri. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa ini merupakan duplikat, tiruan, plagiat, atau dibuat oleh orang lain, sebagian atau seluruhnya, maka skripsi dan gelar yang diperoleh karenanya batal demi hukum.

Parepare, 27 November 2019

Penyusun



ASRIADI
NIM. 15.3100.046

ABSTRAK

Asriadi, *Strategi Dinas Komunikasi dan Informatika Dalam Menangani Berita Hoaks di Lembaga Penyiaran Publik*. (Dibimbing oleh A. Nurkidam, pembimbing utama dan Muh. Haramain pembimbing pendamping).

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa penyebaran berita hoaks dalam pandangan Islam. Untuk mengetahui faktor-faktor penyebaran berita hoaks, dan strategi Dinas Komunikasi dan Informatika kota parepare dalam menangani berita hoaks di lembaga penyiaran publik.

Jenis penelitian yang digunakan dalam skripsi ini adalah metode deskriptif kualitatif, data dalam penelitian ini diperoleh dari data primer data sekunder. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara dan dokumentasi. Adapun teknik analisis data yang digunakan yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: *Pertama*, Penyebaran berita hoaks dalam pandangan islam adalah menunjukkan bahwa tidak dianjurkan kita untuk langsung menerima Informasi-informasi yang disebar dari berbagai macam media untuk itu harusnya melakukan *tabayyun*. dan haruslah kita untuk lebih berhati-hati pada informasi-informasi yang ditayangkan di media. *Kedua* Faktor-faktor penyebab terjadinya berita hoaks meliputi: Faktor teknologi informasi; faktor Politik; dan faktor Ekonomi. *Ketiga*, Strategi yang digunakan adalah memanfaatkan website secara optimal media publik yaitu radio, televisi dan mobil komunikasi keliling atau mobil penyiaran. Kaitannya dengan penyebaran informasi yang valid kepada nasyarakat.

Kata Kunci : *Berita hoaks, Diskominfo, Lembaga penyiaran publik.*

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PENGAJUAN.....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	iv
HALAMAN PENGESAHAN KOMISI PEMBIMBING.....	v
HALAMAN PENGESAHAN KOMISI PENGUJI.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
PERSYARATAN KEASLIAN SKRIPSI.....	x
ABSTRAK.....	xi
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Kegunaan Penelitian.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu.....	10
2.2 Tinjauan Teoritis.....	13
2.2.1 Teori Agenda Setting.....	13
2.2.2 Teori Jarum Suntik.....	14
2.3 Tinjauan Konseptual.....	18

2.4 Bagan Kerangka Pikir	43
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Jenis Penelitian.....	44
3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian	44
3.3 Fokus Penelitian.....	45
3.4 Jenis dan Sumber Data.....	45
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	46
3.6 Teknik Analisis Data.....	49
BAB IV PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian	52
4.2 Bentuk-Bentuk Berita Hoaks	53
4.3 Faktor-Faktor Penyebab Terjadinya Berita Hoaks	57
4.4 Strategi Dinas Komunikasi dalam Menangani Berita Hoaks di Lembaga Penyiaran Publik	66
BAB V PENUTUP	
5.1 Simpulan	85
5.2 Saran	87
DAFTAR PUSTAKA	89
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR GAMBAR

No.Tabel	Judul Gambar	Halaman
4.4	Bagan Kerangka Pikir	53
	Berita Hoaks	83



DAFTAR LAMPIRAN

No. Lampiran	Judul Penelitian
1	Surat Izin Melaksanakan Penelitian dari IAIN Parepare
2	Surat Izin Melaksanakan Penelitian dari Pemerintah Kota Parepare
3	Surat Permohonan izin Penelitian dari Peneliti
4	Surat Izin Melaksanakan Penelitian dari Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Parepare
5	Surat Keterangan Telah Selesai Meneliti
6	Panduan Format Wawancara
7	Surat Keterangan Wawancara
8	Dokumentasi
9	Biografi Penulis



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Era globalisasi saat ini ditandai dengan berkembangnya pengetahuan teknologi dan informasi yang semakin pesat. Segala hal yang bisa didapatkan dengan cepat instan, begitu halnya informasi komunikasi. Dapat dikatakan bahwa komunikasi merupakan hal yang terpenting atau vital bagi manusia. Tanpa komunikasi, maka manusia dikatakan “tersesat” dalam belantara kehidupan ini, karena ia tidak bisa menaruh dirinya dalam lingkungan sosial.

Manusia harus berkomunikasi dengan manusia lainnya agar dapat tetap mempertahankan hidupnya. Ia harus mendapat informasi dari orang lain dan ia memberikan informasi kepada orang lain. Ia perlu mengetahui apa yang terjadi di sekitarnya, dikotanya, di negaranya, dan semakin ingin tahu apa yang akan terjadi di dunia. Namun dibalik semua itu, internet juga melahirkan kekerasan-kekerasan baru diantaranya, muncul kejahatan yang canggih dalam bentuknya “*cyber crime*” hal ini ditandai dengan pesatnya situs -situs porno dalam berbagai tampilan atau tempat pentebaran kabar bohong (hoaks) yang paling efektif.¹

Jadi dapat dipahami kecanggihan teknologi informasi pada saat ini tidak hanya memiliki dampak positif saja, dan juga memiliki dampak negatif yaitu berkembangnya kejahatan di dunia maya misalnya berkembangnya kasus berita hoaks atau kejahatan *ciber crime*. Hal ini dapat terjadi karena masyarakat secara

¹Idnan A Idris, *Klarifikasi Al-qura'an Atas Berita Hoax* (Jakarta: Pt Elex Media Komputindo, 2018), h. 1-2.

instan atau mudanya mendapatkan suatu informasi di sosial media. Belakangan ini bannyaknya muncul kasus berita hoaks atau berita bohong yang beredar di sosial media. Adanya akses internet semakin banyaknya sosial media yang bermunculan sehingga dapat digunakan sebagai alat menyebarkan suatu informasi hoaks atau bohong sehingga begitu mudahnya megakses suatu berita untuk disebar tanpa ada hukuman yang tegas kepada para pembuat dan penyebar berita hoaks. Hoaks dapat dipahami sebagai informasi yang sesungguhnya tidak benar, tetapi dibuat seolah-olah benar adanya atau identik dengan fitnah atau sejenisnya. Pada mulanya istilah ini lebih identik dengan *publik figure* yang lekat oleh berita bohong nan simpang siur. Beredarnya berita bohong atau palsu, fitnah biasa disebut hoaks di tahun politik seperti disaat ini, semakin menunjukkan pengaruh yang efek yang negatif bagi persatuan dan kesatuan bangsa. Terlebih, berita bohong atau hoaks yang menyebar, telah dimanfaatkan untuk kepentingan politik tertentu dari pihak yang menghendaki kerusakan dalam hidup masyarakat.

Beredarnya berita hoaks yang menjadi konsumsi sehari-hari masyarakat, telah dianggap sebagai informasi atau berita yang benar akibat masifnya berita hoaks itu. Sementara, masyarakat juga tidak memiliki pengetahuan yang cukup, untuk membedakan mana informasi yang diperolehnya benar atau salah. Sebagai contoh sebuah artikel berita A (yang ternyata hoaks), untuk sgelintir masyarakat kita tidak serta mempercayai berita A tersebut. Dikarenakan analisa pribadi, opini dan klarifikasi sumber berita yang masuk akal. Tetapi, untuk lebih banyak masyarakat kita, justru dengan serta merta mempercayai berita A tersebut bahkan dengan hanya membaca judul beritanya saja, tanpa klarifikasi sumber terlebih dahulu. Yang lebih ironisnya lagi, berita A tersebut kemudian dishare kemana-mana dan dilihat oleh

semakin banyak orang. Hal ini tentu saja dapat dengan mudah membentuk persepsi publik tentang suatu topik tertentu melalui isi beritanya.²

Permasalahan ini, nyaris tidak terhenti mengenai kasus berita hoaks. menurut kementerian komunikasi dan informatika Republik Indonesia (RI). Akhir tahun 2016 terdapat sedikitnya 800 situs yang diduga menjadi produsen situs hoaks, berita palsu dan ujaran kebencian. Tersebar melalui *facebook*, *twitter*, hingga *group-group whatsapp*, virus itu berlangsung menyerang otak otak mengoyak nalar *insane*. Apa bila terpapar virus ini, orang akan mengalami *skizoprenia* informasi yang berujung lunturnya nurani. Hilang kebijaksanaan akal dan keluhuran budi. Padahal akal dan budi adalah penentu seseorang, mampu tegak dalam jalur kemuliaan ataukah terjembab ke dalam kemudaratn. Makanya, penyakit hati sering disebut sebagai biang masalah. Orang cerdas jadi nampak beringas, orang berilmu terjebak saling berseteru, dan orang berbudi di caci-maki. Jempol tangan bergerak tanpa kendali, mengamini setiap info tanpa verivikasi, lalu menyebarkan seolah semua orang harus peduli. Hal demikian bukan saja menghancurkan persahabatan tapi juga memundurkan peradaban.³

Salah satu yang mencuat akhir-akhir ini adalah tentang kasus hoaks yang menimpa akun *Facebook* atas nama La Poluz Ogy Pare dan Iksan Ishak, Adapun kronologis kejadian, pelaku atas nama Kaharuddin melalui akun facebook La Poluz Ogy Pare memposting surat pernyataan tentang penerimaan uang sebesar 1,5 Milyar, yang melibatkan nama Walikota Parepare, Taufan Pawe, kemudian postingan

²Muhammad Taufiq Rahman, “*Hoax Di Media Sosial Facebook Dan Twiter Perspektif Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik Dan Hukum Islam*” (Skripsi Sarjana; Jurusan Hukum Keluarga Islam: Tulungagung, 2008). h. 2.

³Mukti Ali, *Melawan Hoax di media sosial dan Media Massa* (Yogyakarta: Trusmedia Publishing, 2017), h.1-2.

tersebut dikirim ulang Iksan Ishak melalui akun facebook "Iksan Ishak. Kepolisian Resort Daerah (Polda) Sulawesi Selatan setelah melakukan penyidikan terkait adanya dugaan tindakan pelanggaran undang-undang Informasi Transaksi Elektronik (ITE) yang dilakukan du a akun *facebook* atas nama La Poluz Ogy Pare dan Iksan Ishak, akhirnya diamankan Polda Sulsel.

Penangkapan kedua pelaku tersebut dilakukan langsung Subdit 5 Tipidsiber Ditkreskrimsus Polda Sulawesi Selatan, terhadap dua orang pemilik akun tersebut yang mana keduanya dikenal bernama Kaharuddin Pemilik Akun "La Poluz Ogy Pare" dan Iksan Ishak pemilik akun "Iksan Ishak". "Ternyata isi dari surat tersebut tidak benar adanya sehingga korban Walikota Parepare, Dr H. Muh Taufan Pawe, SH, MH, merasa nama baiknya dicemarkan san membuat laporan Polisi, untuk kemudian dilakukan tindak lanjut,"jelas Dicky. Dicky, menerangkan jika sesuai dengan kronologis penangkapan pelaku, dilakukan pada hari selasa 27 Agustus 2019, setwlag dilakukan penyidikan terhadap pemilik akun, dan ditemukan jika pelaku masih berada di Kota Parepare, untuk kemudian dilakukan penangkapan terhadap pelaku tersebut. Dari hasil penangkapan tersebut, Polisi berhasil menyita barang bukti berupa dua lembar screenshot postingan surat pernyataan tersebut pada kedua akun tersebut, serta dua unit *Handphone*.⁴

Dalam Undang Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik pelaku pembuat dan penyebar hoaks bisa diseret ke meja hijau.

⁴Arsyad," Dua Pemilik Akun Facebook Penyebar Berita Hoax Di Parepare Diamankan Polisi". Saudagar Inspirasi Parepare. 29 Agustus 2019. <https://www.saudagarnews.id/sulsel/baca/10712/dua-pemilik-akun-facebook-penyebar-berita-hoax-di-parepare-diamankan-polisi> (29 Agustus 2019).

Undang-undang ini berlaku untuk setiap orang yang melakukan pelanggaran hukum sebagaimana telah diatur. "Itu dapat dikategorikan menyebarkan rangkaian kata-kata bohong yang melanggar Undang-Undang ITE. Seperti dalam Pasal 28 ayat (1) dan pasal 45 ayat (2) undang-undang No. 11 tahun 2008 tentang informasi dan transaksi elektronik yang berbunyi : "Setiap orang yang memenuhi unsur sebagaimana dimaksud dalam pasal 28 ayat (1) atau ayat (2) dipidana dengan pidana penjara paling lama 6 (enam) tahun dan/atau denda paling banyak Rp 1.000.000.000,- (satu miliar rupiah)"⁵.

Hoaks dalam perspektif hukum Islam merupakan suatu hal yang haram atau dilarang untuk dilakukan oleh kaum muslimin. Hoaks disamakan dengan fitnah, kabar bohong atau sejenisnya. penyebar berita hoaks walaupun bukan dia yang membuatnya dan dia hanya menyebarkannya saja tetaplah diancam oleh Nabi Muhammad Saw dan dicap oleh beliau bahwa dia adalah seorang pendusta. Islam muncul sebagai agama yang menyeru umat manusia untuk berbuat kebaikan, kebenaran, dan senantiasa meninggalkan kemungkaran. Oleh sebab itu Islam sebagai agama *monotoisme* juga merupakan agama yuridis. Islam senantiasa mengkostruksikan kerangka nilai dan norma tertentu pada umatnya, supaya selalu berperilaku berdasarkan pada tatanan hukum yang disepakati, Tata aturan hukum dalam Islam tersebut merupakan ketentuan hukum yang didapat dari al-Qur'an dan Hadis yang disebut dengan *shar'i*. Secara umum, tujuan *shar'i* dalam menshari'atkan hukum-hukumnya yaitu untuk mewujudkan kemaslahatan manusia dengan menjamin kebutuhan pokok (*daruri*) bagi manusia, pemenuhan kebutuhan-kebutuhan

⁵Soemarno Partodihardjo, *Tanya Jawab Sekitar UUD No.11 Tahun 2008 Tentang Transaksi Elektronik*, PT Gramedia Pustaka Utama: (Jakarta 2008), h. 135.

(*hajiyyah*) dan kebaikan-kebaikan manusia (*tahsiniyah*).⁶

Sebagaimana dalam Al-quran surah Al-hujarat ayat 6 terdapat ayat yang berbunyi:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا إِن جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنُوا أَن تُصِيبُوا قَوْمًا بِجَهْلَةٍ فَتُصِبُوا عَلَىٰ مَا فَعَلْتُمْ
نُدْمِينَ ۖ

Terjemahannya:

“Hai orang-orang yang beriman, jika datang kepadamu orang fasik membawa suatu berita, maka periksalah dengan teliti agar kamu tidak menimpakan suatu musibah kepada suatu kaum tanpa mengetahui keadaannya yang menyebabkan kamu menyesal atas perbuatanmu itu”.⁷

Ayat di atas menerangkan bahwa al-Qur’an menganjurkan kita untuk melakukan *tabayun* atau memeriksa informasi yang diperoleh dari berbagai sumber dengan teliti dan kritis.

عَنْ عَبْدِ اللَّهِ بْنِ مَسْعُودٍ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ قَالَ : قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ : عَلَيْكُمْ بِالصِّدْقِ ، فَإِنَّ الصِّدْقَ يَهْدِي إِلَى الْبِرِّ ، وَإِنَّ الْبِرَّ يَهْدِي إِلَى الْجَنَّةِ ، وَمَا يَزَالُ الرَّجُلُ يَصْدُقُ وَيَتَحَرَّى الصِّدْقَ حَتَّى يُكْتَبَ عِنْدَ اللَّهِ صِدْقًا ، وَإِيَّاكُمْ وَالْكَذِبَ فَإِنَّ الْكَذِبَ يَهْدِي إِلَى الْفُجُورِ ، وَإِنَّ الْفُجُورَ يَهْدِي إِلَى النَّارِ ، وَمَا يَزَالُ الرَّجُلُ يَكْذِبُ وَيَتَحَرَّى الْكَذِبَ حَتَّى يُكْتَبَ عِنْدَ اللَّهِ كَذَابًا

Artinya: Dari ‘Abdullâh bin Mas’ûd Radhivallahu anhu, ia berkata: “Rasûlullâh Shallallahu ‘alaihi wa sallam bersabda, ‘Hendaklah kalian selalu berlaku jujur, karena kejujuran membawa kepada kebaikan, dan kebaikan mengantarkan seseorang ke Surga. Dan apabila seorang selalu berlaku jujur dan tetap memilih jujur, maka akan dicatat di sisi Allâh sebagai orang yang jujur. Dan jauhilah oleh kalian berbuat dusta, karena dusta membawa seseorang kepada kejahatan, dan kejahatan mengantarkan seseorang ke Neraka. Dan jika seseorang senantiasa berdusta dan memilih kedustaan maka akan dicatat di sisi Allâh sebagai pendusta (pembongong).⁸

⁶Abdul Wahab Khallaf, *Ilmu Ushul Fiqih*, (Semarang : Dina Utama, 1994), h.310.

⁷Departemen Agama RI, *Al-Quran dan Terjemahannya* (Bandung: Pt. Sygma Examedia Arkanleema, 2009) h.106.

⁸Muslim Dakwah. “Hadist Tentang Kejujuran ,” Situs Resmi Muslim Dakwah .

<https://www.muslimdakwah.com/2017/10/hadist-tentang-kejujuran.html> (diakses tanggal 13 February 2019).

Sabda Rasulullah SAW, di atas menunjukkan bahwa tidak ada satu pun kebaikan untuk para pendusta. Hoaks sama halnya dengan dusta yang membawa pada kejahatan dan tidak ada manfaat. Maka, dalam agama Islam, umat Rasulullah dilarang berdusta dan senantiasa berlaku jujur agar mendapatkan kebaikan di dunia maupun di akhirat.

Dalam konteks ini terutama bagi netizen bisa melakukan pemeriksaan terlebih dahulu melalui perbandingan informasi di media lain, atau membuka referensi dari sumber utamanya. Mengingat dari 132,7 netizen, intensitas mereka dalam mengakses konten di media sosial sangatlah tinggi; *Facebook* 71,6 juta (54%), *Instagram* 19,9 juta (15%), *YouTube* 14,5 juta (11%), *Google Plus* 7,9 juta (6%), *Twitter* 7,2 juta (5,5%), *Linked* 796 ribu (0,6%).

Berita kebohongan yang terus berdampak pada persoalan dalam masyarakat telah nyata yang telah megancam kesantunan, keharmonisan, dan kesatuan masyarakat Indonesia, dan ini sangat mengancam bagi integritas bangsa yang plural ini. Suatu bangsa bisa hancur hanya karena fitnah-fitnah yang bertebaran tak terbendung dalam masyarakatnya.⁹

Meskipun pencegahan berita hoaks terus gencar dilakukan, namun itu bukan jaminan hoaks akan lenyap dari peredaran di media kita. Sehingga, mau tidak mau kuncinya adalah para pribadi para konsumen informasi untuk selektif dan tidak mudah menelan informasi mentah-mentah. Selain itu kepada para produsen berita hoaks, entah itu pegiat media yang abal-abal, terlebih kepada oknum jurnalis agar membalikkan netralitasnya sebagai jurnalis profesional. Dan tentunya untuk

⁹M. Zidni Nafi', *Menjadi Islam Menjadi Indonesia*, (Jakarta: PT Elex Media Komputindi, 2018). h. 163-164.

mencerahkan dan merekatkan masyarakat, tampaknya tidak patut lagi media memegang prinsip klasik *bad news is good news*, sehingga diarahkan menjadi budaya baru yakni *good news is good news*.

Pada tujuan yang ingin di peroleh dari berbagai aturan tersebut adalah terciptanya tatanan kehidupan yang berkeadilan, aman, dan tentram sesuai dengan konsep maqasid al-shari'ah. Oleh karena itu dalam Islam terdapat berbagai aturan hukum yang mengatur seluruh aspek kehidupan berupa sanksi tegas yang merupakan salah satu langkah represif dan preventif dalam mewujudkan tujuan syariat tersebut. Dengan adanya sanksi yang tegas bagi pelanggar syara' diharapkan seseorang tidak mudah dan tidak seandainya berbuat jarimah. Harapan diterapkannya ancaman dan hukum bagi pelaku jarimah tersebut adalah demi terwujudnya kemaslahatan umat. Dengan demikian, tujuan hukum Islam ditegakkan untuk melindungi lima hal yang disebut dengan *maslahah darurii*, yaitu *din* (untuk perlindungan terhadap agama), *nafs* (jiwa), *nasl* (Keturunan), *'aql* (akal), dan *mal* (Harta benda)¹⁰

Berdasarkan permasalahan yang terjadi yang disebutkan dilatar belakang, membuat peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan tema yaitu “Strategi Dinas Komunikasi Dan Informatika Kota Parepare Dalam Menangani Berita hoaks Di Lembaga Penyiaran”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang dikemukakan diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1.2.1 Bagaimana bentuk-bentuk berita hoaks ?

1.2.2 Apa faktor-faktor penyebab terjadinya berita hoaks ?

¹⁰Makhrus Munajat, *Dekonstruksi Hukum Pidana Islam*, (Yogyakarta : Logung Pustaka, 2004). h.5.

1.2.3 Bagaimana strategi Dinas komunikasi dan informatika Kota Parepare dalam menangani berita hoaks ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang dikemukakan diatas, maka dalam penelitian ini bertujuan untuk:

1.3.1 Untuk mengetahui bentuk-bentuk berita hoaks

1.3.2 Untuk mengetahui faktor-faktor penyebab terjadinya berita hoaks

1.3.3 Untuk mengetahui strategi Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Parepare dalam menangani berita hoaks

1.4 Kegunaan Penelitian

Setiap penelitian akan memberikan kegunaan baik secara teoritis maupun secara praktis. Kegunaan penelitian ini antara lain:

1.4.1 Secara Teoritis, Penelitian ini bisa bermanfaat untuk menambah pengetahuan mengenai berita hoaks sebagai bagian ilmu komunikasi dan dapat menjadi referensi penulisan skripsi selanjutnya.

1.4.2 Secara Praktis, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan bagi Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Parepare dalam meningkatkan pemahaman berita hoaks.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Terdahulu

Disadari bahwa tidak menutup kemungkinan dalam penelitian skripsi yang akan di teliti, mempunyai kemiripan pada penelitian skripsi yang lain. Adapun yang pernah meneliti sebelumnya yaitu sebagai berikut.

2.1.1 Penelitian Hayyu Humaera “Kemampuan Literasi Media Sosial Kelompok Informasi Masyarakat (KIM) Kabupaten Pinrang Terhadap Penyebaran Informasi hoaks. Penelitian ini difokuskan untuk Kemampuan Literasi Media (KIM) Kabupaten Pinrang dalam memahami media sosial dan informasi hoaks. Hubungan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan adalah membahas mengenai berita hoaks. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa informan belum sepenuhnya memiliki kemampuan literasi media berdasarkan unit analisis kemampuan literasi media jenkis. Kemampuan *play*, *negotiation* dan *simulation* dimiliki semua informan, *appropriation* tidak dimiliki oleh satu informan pun, *judgment* tidak dimiliki oleh satu informan. Sementara kemampuan memahami hoaks hanya sebatas pengertian secara umum namun tidak mengetahui ciri-ciri hoaks secara detail. Penelitian ini mempunyai perbedaan dengan penelitian yang akan di lakukan, dimana penelitian ini Kemampuan Literasi Media Sosial Kelompok Informasi Masyarakat (KIM) Kabupaten Pinrang Terhadap Penyebaran Informasi *hoax*. sedangkan dalam penelitian yang akan diteliti berfokus pada strategi dinas komunikasi dan

informasi kota Parepare dalam menangani berita hoaks di lembaga penyiaran publik.¹¹

2.1.1 Penelitian Budi Manasyah “Fenomena Berita Hoaks Sosial Media *Facebook* Dalam Menghadapi Pemilihan Umum Gubernur DKI Jakarta”. Penelitian ini difokuskan untuk memahami fenomena berita hoaks di media sosial *facebook* menjelang pemilihan umum gubernur DKI Jakarta 2017. Hubungan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan adalah membahas tentang berita hoaks. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa, para pengguna *facebook* memaknai berita hoaks media sosial menjelang pemilu DKI Jakarta meresahkan dan harus segera ditindak oleh pemerintah sebagai pemangku regulasi. Dalam penyebaran berita hoaks memiliki motif yaitu motif politik dan uang. Palsunya dalam konteks kekuasaan, penyebaran berita hoaks ditujukan untuk memengaruhi orang sekalipun informasi yang diberikan tidak benar menciptakan stigma seolah-olah beritanya benar. Interaksi sama sekali tidak terpengaruh dengan adanya berita hoaks, namun merasa terganggu, sebab dikhawatirkan akan mempengaruhi keputusan dalam memilih calon gubernur bagi masyarakat yang belum mengetahui pasti tentang kebenaran suatu berita tersebut. Telah terjadi peningkatan interaksi di media sosial *facebook* menjelang kampanye pemilihan umum gubernur Jakarta. Penelitian ini mempunyai perbedaan dengan penelitian yang akan di lakukan, dimana penelitian ini meneliti tentang fenomena berita hoaks sosial media *facebook*. Dalam Menghadapi Pemilihan Umum Gubernur DKI Jakarta sedangkan dalam

¹¹Hayyu Humaera, “Kemampuan Literasi Media Sosial Kelompok Informasi Masyarakat (KIM) Kabupaten Pinrang Terhadap Penyebaran Informasi hoaks” (Skripsi Sarjana; Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam; Parepare 2018), h. 1-2.

penelitian yang akan diteliti berfokus pada strategi dinas komunikasi dan informasi kota Parepare dalam menangani berita hoaks di lembaga penyiaran publik.¹²

2.1.2 Penelitian Aprilia Winda Artanti “Gerakan Anti Hoaks Di Media Sosial (Studi kasus Media *Facebook*, Forum Anti Fitnah, Hasus dan Hoaks. Dalam Melawan Informasi Hoaks)”. Penelitian ini difokuskan untuk mengetahui bagaimana aktivitas yang dilakukan para anggota Grup *Facebook* Forum Anti Fitnah, Hasut, dan hoaks. Hubungan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan adalah membahas tentang berita hoaks. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa, anggota Grup melakukan berbagai aktivitas sebagai bentuk usaha untuk melawan penyebaran hoaks, yaitu dengan melakukan aktifitas moderasi, klarifikasi, komentar (*comment*), suka (*like*) dan bagikan (*share*) untuk lebih menyebarluaskan informasi terkait hoaks. Grup *facebook* forum anti fitnah, hasut, dan hoaks ini juga mampu mengurangi jumlah penyebaran berita hoaks walaupun sedikit demi sedikit dan belum ada data konkrit jumlah pengurangan pengurangan tersebut. Penelitian ini mempunyai perbedaan dengan penelitian yang akan saya lakukan dimana penelitian ini meneliti tentang gerakan anti hoaks di media sosial (studi kasus media *facebook*, forum anti fitnah, hasus dan hoaks dalam melawan informasi hoaks) sedangkan dalam penelitian yang akan di teliti berfokus pada strategi dinas komunikasi dan

¹²Budi Mansyah, “*Fenomena Berita Hoax Sosial Media Facebook Dalam Menghadapi Pemilihan Umum Gubernur DKI Jakarta*” (Skripsi Sarjana; Jurusan Ilmu Komunikasi : DKI Jakarta 2017), h. 1-2.

informasi kota Parepare dalam menangani berita hoaks di lembaga penyiaran publik.¹³

2.2 Tinjauan Teoritis

2.2.1 Teori Agenda Setting

Teori Agenda Setting adalah hubungan yang kuat antara berita yang disampaikan media dengan isu-isu yang dinilai penting oleh publik merupakan salah satu jenis efek media massa yang paling populer yang dinamakan *agenda setting*. Istilah *agenda setting* di ciptakan oleh Maxwell McCombs dan Donald Shaw (1972, 1993), dua peneliti dari Universitas North Carolina, untuk menjelaskan gejala atau fenomena kegiatan kampanye pemilihan umum (pemilu) yang telah lama diamati dan diteliti oleh kedua sarjana tersebut. Penelitian oleh McCombs dan Shaw merupakan tonggak awal perkembangan teori agenda setting.

Teori ini berasumsi media massa dengan memberikan perhatian pada isu tertentu dan mengabaikan yang lainnya, akan memiliki pengaruh pada pendapat pembaca. Orang akan cenderung menegetahui tentang hal-hal yang diberitakan media massa dan menerima susunan prioritas yang diberikan media massa terhadap isu yang berbeda-beda. Para *gatekeepers* sangat penting peranannya dalam hal ini. Mereka seperti penyunting, redaktur, bahkan wartawan sendiri secara selektif menentukan mana yang pantas diberikan dan mana yang harus disembunyikan.

Dalam hal ini, McCombs dan Shaw tidak menyatakan bahwa media secara sengaja berupaya memengaruhi publik, tetapi publik melihat kepada para professional

¹³Aprilia Winda Artanti, “Gerakan Anti Hoax Di Media Sosial (Studi kasus Media Facebook, Forum Anti Fitnah, Hasus Dan Hoax Dalam Melawan Informasi Hoax)”: Surakarta , 2018. h. 1-2.

yang bekerja pada media massa untuk meminta petunjuk kepada media kemana harus memfokuskan perhatiannya.¹⁴

Agenda *setting* dibentuk berdasarkan isu yang sedang beredar di masyarakat, isu ini menyangkut tentang berbagai topik berdasarkan temuan dari Diskominfo Kota Parepare. Isu-isu dianggap menonjol ini kemudian disajikan dalam bentuk berita atau informasi di media sosial maupun di lembaga penyiaran publik. Karakteristik media sosial adalah bebas tanpa adanya *gatekeeper*, sehingga berita/informasi hoaks yang tersaring kemudian di *Posting* tidak sesuai keinginan dari pengguna atau penyebar hoaks.

Jadi, dapat dipahami bahwa teori ini mengatakan jika media memberikan tekanan pada suatu pada suatu peristiwa, maka media itu akan mempengaruhi khalayak untuk menganggapnya penting, jadi media memberitahu kita harus berpikir tentang apa. Misalnya nilai topik berita penting bagi media massa atau nilai nilai berita penting bagi masyarakat.

2.2.2 Teori jarum (*Hypodermik Needle Theory*)

Model jarum *Hipodermik* memiliki asumsi bahwa, komponen-komponen komunikasi (komunikator, pesan, media) sangat perkasa dalam memengaruhi komunikan. Komunikasi seakan akan disuntikkan langsung kepada komunikan. Sebagai obat disimpan dan disebarkan ke dalam tubuh, sehingga terjadi perubahan dalam sistem fisik, begitu pula pesan-pesan persuasif mengubah sistem psikologis. Model ini sering disebut *bullet theory* (teori peluru) karena komunikan dianggap sebagai secara pasif menerima pesan-pesan komunikator.

¹⁴Morissan, *Teori Komunikasi Invidi Hingga Massa*, (Jakarta: Kencana, 2014), h. 494-495.

Model Jarum *Hipodermik* di ungkapkan Hovland, jenis dan Kelley. Dalam model ini muncul variabel-variabel dalam unsur komunikasi. Variabel-variabel komunikator ditunjukkan dengan kredibilitas, daya tarik, dan kekuasaan. Kredibilitas terdiri dari dua unsur: keahlian dan kejujuran. Keahlian diukur sejauh mana komunikator menganggap komunikator menegetahui jawaban yang “benar”, sedangkan kejujuran dioperasionisasikan sebagai persepsi komunikator tentang sejauh mana komunikator bersikap tidak memihak dalam menyampaikan pesannya.¹⁵

Gagasan bahwa komunikasi memiliki kekuatan besar dapat dianggap sebagai salah satu teori umum pertama tentang efek komunikasi massa. Kadang teori ini dikenal “teori peluru” (Schrahmm,) “teori jarum suntik” (Berlo), atau “teori stimulus resposn”. Teori ini mengatakan bahwa rakyat benar-benar rentan terhadap pesan-pesan komunikasi massa. Ia menyebutkan bahwa apabila pesan “tepat sasaran”, ia akan mendapatkan efek yang diinginkan.

Sekarang ini bahwa teori komunikasi massa ini terlalu disederhanakan. Sebuah pesan komunikasi memiliki efek yang sama pada masing-masing orang. Dampaknya pada seseorang tergantung dari beberapa hal, termasuk karakteristik kepribadian seseorang dan beragam aspek situasi dan konteks. Namun demikian, “teori peluru” merupakan sebuah teori komunikasi massa yang dapat dimengerti, ia tampaknya lahir dari efektivitas nyata propaganda setelah perang Dunia I. Ini di antaranya karena rakyat begitu naïf dan memperyai kebohongan.¹⁶

Jadi, dapat dipahami bahwa dalam komunikasi massa, teori jarum suntik merupakan media massa yang dapat menimbulkan efek yang kuat, langsung, terarah,

¹⁵Mahi M. Hikmat, *Jurnalistik Literary Journalism*, (Jakarta: Kencana, 2018), h. 42-43.

¹⁶Werner J. Severin – James W. Tarkard. Jr, *Teori Komunikasi Sejarah, Metode, dan Terapan di Dalam Media Massa*, (Jakarta: Kencana, 2009), h. 146-147.

dan segera. Teori ini juga merupakan kekuatan media yang begitu dahsyat hingga memegang kendali pikiran khalayak yang pasif dan tidak berdaya dan mampu memprediksikan dampak-dampak komunikasi massa yang kuat dan kurang lebih universal pada semua audience.

2.3 Tinjauan Koseptual

Untuk lebih memahami maksud dari penelitian ini tentang strategi mengatasi stres dalam proses pembuatan skripsi pada mahasiswa dakwah dan komunikasi maka akan diberikan penjelasan dari judul tersebut yaitu:

2.3.1 Secara bahasa, strategi bisa diartikan sebagai siasat, kiat, trik, atau cara. Sedang secara umum strategi ialah suatu garis besar haluan dalam bertindak untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan.¹⁷ Artinya strategi merupakan metode atau rencana yang digunakan untuk mencapai, menyelesaikan, dan mendapatkan titik terang tentang apa yang diinginkan.

Strategi berasal dari bahasa Yunani *strategia* yang diartikan sebagai “*the art of the general*” atau seni panglima yang biasanya digunakan dalam peperangan. Karl von Clausewitz (1780-1831) berpendapat bahwa strategi merupakan pengetahuan tentang penggunaan petempuran untuk memenangkan peperangan. Sedangkan perang itu sendiri merupakan kelanjutan dari politik.

Pada abad modern sekarang ini penggunaan kata strategi tidak lagi terbatas pada konsep atau seni seseorang panglima dalam peperangan, tetapi sudah digunakan luas, termasuk dalam ilmu ekonomi maupun dalam bidang olahraga. Dalam

¹⁷Pupuh Fathurrohman dan M. Sobry Sutikno, *Strategi Belajar Mengajar Melalui Konsep Umum & Islami* (Bandung: PT. Refika Aditama, 2014) Cetakan ke-6, h. 3.

pengertian umum, strategi adalah cara untuk mendapatkan kemenangan atau pencapaian tujuan.¹⁸

Strategi dapat dipahami sebagai alat yang digunakan untuk mencapai tujuan. Strategi memberikan kesatuan arah bagi semua anggota organisasi. Konsep strategi yang tidak jelas akan mengakibatkan keputusan yang diambil akan bersifat subjektif atau berdasarkan intuisi belaka dan mengabaikan keputusan lain. Strategi yang dimaksud dalam penelitian ini adalah strategi yang digunakan oleh Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Parepare dalam menangani berita hoax di Lembaga Penyiaran.

2.5.2 Pengertian hoaks menurut Ketua Mafindo Septiaji Eko N. dalam sebuah workshop (2017), informasi yang direkayasa untuk menutupi informasi yang sebenarnya. Hoaks didefinisikan sebagai upaya memutar balikkan fakta, menggunakan informasi yang meyakinkan, tetapi tidak dapat diverifikasi kebenarannya. Selain itu, hoaks juga hendak mengaburkan informasi yang sebenarnya, dengan cara membanjiri suatu media dengan pesan yang salah agar bisa menutupi pesan yang benar.

2.3.3 Dampak hoaks sangat membahayakan, sebab melalui konten tidak benar yang di terima masyarakat, bisa menimbulkan opini dan persepsi negatif yang dapat berakibat pada desintegrasi bangsa. Hoaks bisa disebut oleh siapa saja, namun terkadang hoaks dipropagandakan secara sistematis oleh tokoh atau aktivitas partai politik melalui provokasi dan agitasi, sehingga banyak orang yang tersulut kebencian, kemarahan dan kehasutan. Motivasi pelaku hoaks pun beraneka macam, ada yang

¹⁸Agus Susarso, *Pendidikan Kewarganegaraan*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2006), h. 140.

bermotif mendulang demi uang, kepentingan ideologi, agenda politik, kebencian terhadap kelompok lain, atau hanya sebatas iseng saja. Sedangkan informasi hoaks di sebarakan bisa dari media konvensional misalnya media cetak, portal berita, dan media chatting.¹⁹

2.4 Tinjauan Konseptual

2.4.1 Pengertian Strategi

Istilah strategi berasal dari kata Yunani, *strategas* (seratos = militer: dan ag = memimpin), yang berarti “*generalship*”) atau sesuatu yang dikerjakan oleh para panglima perang dalam membuat rencana untuk memenangkan perang. Konsep ini relevan pada zaman dahulu yang sering diwarnai perang dimana panglima perang di butuhkan untuk memimpin suatu angkatan perang.²⁰

Ada beberapa definisi strategi yang dikemukakan oleh beberapa ahli, berikut ini beberapa definisi dari para ahli tersebut.

2.4.1.1 Menurut Sondang Siagian, strategi adalah cara yang terbaik untuk mempergunakan dana, daya dan tenaga yang bersedia sesuai tuntutan perubahan lingkungan.²¹

2.4.1.2 Menurut Prof. Onong Uchjana Effendi, MA. Strategi pada hakikatnya adalah perencanaan (planning) dan manajemen untuk mencapai tujuan tersebut.

¹⁹M. Zidni Nafi', *Menjadi Islam Menjadi Indonesia*, (Jakarta: PT Elex Media Komputindi, 2018), h.159- 161

²⁰Hendrawan Supratikno, *Advance Strategic Management; Back to Approach* (Jakarta: PT. Gravindo Utama, 2003), h. 19.

²¹Sondong Siagian, *Analisis Serta Perumusan Kebijakan dan Strategi Organisasi* (Cet.2; Jakarta: PT Gunung Agung, 1986), h. 17.

Strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya memberarah saja, melainkan harus menunjukkan taktik operasionalnya.²²

2.4.1.3 Menurut Steiner dan Miner, “Strategi adalah penetapan misi perusahaan, dan internal , perumusan kebijakan dan implementasinya secara tepat, sehingga tujuan dan sasaran utama organisasi akan terlaksana.”²³

Jadi, dapat dipahami strategi merupakan penetapan misi untuk suatu tujuan dengan rencana dalam mencapai tujuan tersebut. Dapat disimpulkan bahwa strategi adalah pendekatan secara keseluruhan yang berkaitan dengan pelaksanaan gagasan, perencanaan, dan eksekusi sebuah aktivitas dalam kurun waktu tertentu.

2.4.2 Pengertian Hoaks

Menurut kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) hoaks dapat dipahami sebagai berita bohong atau tidak bersumber. Dalam *Oxford English Dictionary*, *hoax* adalah sebagai (*malicious deception*) atau kebohongan yang dibuat dengan tujuan jahat.

Kata hoaks sendiri muncul pertama kali dari sebuah film yang berjudul *the hoax*. *The Hoax* adalah sebuah film drama Amerika 2006 yang disutradarai oleh Lasse Hallstrom yang diskenario oleh Wiliam Wheler. Film tersebut berdasarkan buku dengan judul yang sama oleh *Clifford Irving*. Banyak kejadian yang diuraikan Irving dalam bukunya yang diubah atau dihilangkan dari film, dan penulis kemudian berkata, saya dipekerjakan oleh produser sebagai penasihat teknis film, tapi setelah membaca naskah terakhir saya meminta agar nama saya dari film itu, mungkin disebabkan karna plot naskah tak sesuai dengan novel aslinya. Sejak itu, film hoaks

²² Onong Uchyana, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*, (Cet.4; Bandung: PT Remaja Rodaskarya, 1992) h. 32.

²³Steiner dan Miner, *Manajemen Stratejik*, (Jakarta: Erlangga, 1997), h. 70.

dianggap sebagai film yang banyak mengandung kebohongan penggunaan kata hoaks di kalangan netter makin gencar. Bahkan digunakan oleh netter di hampir seluruh belahan dunia termasuk Indonesia. Pada dasarnya hoaks didefinisikan sesuatu kejadian yang dibuat-buat, dengan kata lain hanyalah karangan belaka. Hoaks dapat di sebagai berita bohong, atau tidak sesuai dengan kenyataan. Karena kurangnya informasi, pengetahuan, akhirnya digembor-gemborkan, seolah-olah informasi itu benar, padahal tidak benar.

Penyebaran hoaks di media sosial Indonesia, mulai marak sejak media sosial populer digunakan oleh masyarakat Indonesia. Ini disebabkan sifat dari media sosial yang memungkinkan akun anonim untuk berkontribusi, juga setiap orang, tidak peduli latar belakangnya, punya kesempatan yang sama untuk menulis. Beberapa orang yang tidak bertanggung jawab, menggunakan celah ini untuk menggunakan media sosial dalam konteks negatif yaitu menyebarkan fitnah, hasut dan hoaks.

Hal tersebut makin parah saat musim pemilu, pilkada. Media sosial di satu sisi digunakan untuk kampanye positif, namun banyak yang menggunakannya sebagai kampanye negatif, namun banyak hal menggunakannya sebagai untuk kampanye hitam, yaitu menggunakan fitnah dan hoaks untuk menyerang lawan politiknya. Fenomena ini mulai tampak pada pemilihan gubernur Daerah Khusus Ibukota Jakarta (Pilgub DKI) 2012, dan mencapai puncak tertinggi sementara, ketika pilpres 2014 dan berlangsung hingga sekarang 2019 dengan pemilu yang sama dengan pemilihan serentak dengan denga memilih presiden dan wakil presiden dan juga anggota legislatif lainnya. Penanganan terhadap maraknya berita hoaks, harus dimulai dari masyarakat sendiri, dengan cara mengetahui dan memahami ilmu komunikasi dengan benar. Sehingga dapat menindetifikasi pesan komunikasi mana

yang tak perlu disebarluaskan agar tidak terjadi kesalahan serta masif pada masyarakat.²⁴

Jadi dapat disimpulkan bahwa berita hoaks merupakan berita yang palsu atau bohong dan berita yang dibuat oleh oknum yang tidak bertanggung jawab. Dalam penyebaran berita hoaks ini oknum tersebut mengambil kesempatan untuk menyebarkan berita bohong disaat musim pemilu untuk mengadu domba antara pendukung para calon peserta pemilihan yang maju dalam pilkada. Karena hal ini banyak masyarakat merasa dirugikan atas beredarnya kasus beritaa hoaks di sosial media.

2.4.3 Bentuk-bentuk berita hoaks

2.4.3.1 Tulisan

Kecepatan informasi saat ini telah dimanfaatkan oleh beberapa pihak yang tidak bertanggung jawab. Penipuan informasi bukan lagi hal baru, seperti maraknya kabar bohong yang tidak sesuai fakta. seperti membuat tulisan berita hoaks agar viral di media sosial, terlebih seperti *Facebook* dan *instagram*. Berdasarkan survey bahwa ada tiga bentuk hoaks yang sering mereka terima yaitu tulisan, foto dan caption palsu dan berita foto, video lama yang diposting ulang. Dapat dilihat bahwa konten hoaks pun wujudnya sudah dalam berbagai macam media, menghadapi segala bentuk informasi terkadang banyak dari kita yang kesulitan membedakan antara berita baik, berita buruk atau berita bohong. Berita bohong (*fake news*) juga sering disebut hoaks. *Oxford Dictionaries* mendeskripsikan berita bohong (*fake news*) sebagai kesalahan laporan suatu kegiatan atau kejadian, baik yang ditulis di media

²⁴Mukti Ali, *Melawan Hoax di media sosial dan Media Massa* (Yogyakarta: Trusmedia Publishing, 2017), h.191-193.

cetak atau dalam artikel website. Sedangkan KBBI menyebut *fake news* (hoaks) sebagai berita bohong.²⁵

2.4.3.2 Gambar

Salah satu bentuk yang digunakan seseorang menyebarkan berita hoaks yaitu dengan menggunakan gambar yang tidak jelas sumbernya darimana bahkan gambar yang asli sangat berbeda dengan gambar aslinya, atau foto yang telah dimanipulasi penyebaran berita hoaks ini menggunakan media sosial atau media *mensteream*. Bahkan menurut penelitian dari Atik Astrini (2007) dalam jurnal Transformasi No. 32 Tahun 2007 “Hoaks dan Banalitas Kejahatan” yang mengungkapkan bahwa penyebaran berita hoaks di media sosial tidak terjadi begitu saja tanpa kepentingan yang melatarbelakanginya. Ada kepentingan dibaliknya politik, kekuasaan, dan ekonomi (industry dan bisnis hoaks), ideologis, sentiment pribadi dan iseng. Bentuk konten hoaks pada gambar 37,5% hal ini diakibatkan mnasyarakat menyukai hal-hal yang menghebohkan pada dasarnya sangat berbahaya, karena ini bisa menjadi perilaku.²⁶

2.4.3.2 Vidio

Kecepatan informasi saat ini telah dimanfaatkan oleh beberapa pihak yang tidak bertanggung jawab. Penipuan informasi bukan lagi hal baru, seperti maraknya kabar bohong yang tidak sesuai fakta. Ada pula upaya pengeditan video, dipotong-potong beberapa bagian hanya untuk mendapatkan tujuan yang hendak

²⁵Umi Nurchayati, ” Ini 11 Macam Berita Bohong Yang Perlu Kamu Ketahui,” Islami. <https://islami.co/ini-11-macam-berita-bohong-yang-perlu-kamu-ketahui/>.

²⁶M. Ravi Marwan, “Analisis Penyebaran Berita Hoaks di Indonesia” (Skripsi Sarjana; Jurusan Ilmu Komunikasi: Jakarta.

dicapai, seperti viral atau agar banyak penonton, terlebih di *platform video* online seperti Youtube, Facebook dan Instagram. Perkembangan jurnalisme media tentu rentan dengan penyebaran berita hoaks. Hal ini disebabkan mudahnya informasi untuk disebar dengan berbagai bentuk tulisan, foto, atau video yang belum jelas sumbernya. Umumnya berita hoaks menyebar di aplikasi chatting seperti WhatsApp, Facebook dan aplikasi chatting lainnya. Berdasarkan survey bahwa ada tiga bentuk hoaks yang sering mereka terima yaitu tulisan, foto dan caption palsu dan berita foto, video lama yang diposting ulang. Dapat dilihat bahwa konten hoaks pun wujudnya sudah dalam berbagai macam media.²⁷

2.4.4.1 Faktor Perkembangan Teknologi

Peradaban dunia pada saat ini ditandai dengan fenomena kemajuan teknologi informasi dan globalisasi yang berlangsung hampir di semua sektor kehidupan. Perkembangan teknologi dan globalisasi tidak saja terjadi di negara maju, tetapi juga di negara berkembang. Saat ini teknologi informasi memegang peranan yang penting dalam perdagangan dan ekonomi antar negara-negara di dunia, termasuk memperlancar arus informasi teknologi informasi diyakini membawa keuntungan yang besar bagi negara-negara di dunia.

Setidaknya ada dua keuntungan yang dibawa dengan keberadaan teknologi informasi. *Pertama*, teknologi informasi mendorong permintaan atas produk-produk teknologi informasi itu sendiri. *Kedua*, memudahkan transaksi bisnis keuangan di samping bisnis-bisnis lainnya. Kedua keuntungan tersebut di atas menegaskan telah

²⁷ Imanuel Kharel H. "Jurnalisme Multimedia Rentan Hoaks" Kompasiana. <https://www.kompasiana.com/karelhan15/5d9b310d0d823026685770e3/jurnalisme-multimedia-rentan-hoax?page=all>.

terjadi perubahan pola transaksi dan pola bersosialisasi masyarakat, dari cara yang konvensional ke cara elektronik yang lebih efektif dan efisien. Kemajuan teknologi juga mempermudah dan mempercepat komunikasi secara elektronik di satu negara, bahkan juga antar negara.

Peristiwa-peristiwa yang terjadi di dunia dapat diketahui hanya dalam hitungan menit melalui jaringan internet. Transfer uang antar bank dengan menggunakan *e- cash* dari dalam negeri ke luar negeri dapat dilakukan lebih 1 Agus Raharjo, Perdagangan melalui internet atau yang dikenal dengan *electronic commerce (E-Commerce)* semakin meningkat. Pembayaran untuk pemesanan barang atau program komputer dapat dilakukan dengan menggunakan *credit card*. Artinya kemajuan teknologi menyebabkan dunia menjadi tanpa batas (*borderless*) dan menyebabkan perubahan sosial berlangsung secara cepat. Melalui teknologi informasi seseorang dapat melakukan berbagai macam kegiatan tidak hanya terbatas pada lingkup lokal atau nasional, tetapi juga secara global bahkan internasional. Kegiatan yang dilakukan melalui internet ini merupakan kegiatan yang tanpa batas, artinya seseorang dapat berhubungan dengan siapapun yang berada di manapun dan kapanpun.

Penggunaan teknologi informasi sebagai media sosial pada saat ini sudah bukan lagi bersifat sekunder tetapi bahkan telah menjadi semacam kebutuhan primer bagi sebagian besar masyarakat Indonesia. Terdapat beberapa aplikasi internet sebagai sarana media sosial, yaitu antara lain *Whatsapp, Facebook, Messenger, Instagram, Snapchat, UC Browser, Uber, Youtube, Share It, Bitmoji*, dan lain sebagainya. Aplikasi-aplikasi media sosial tersebut di atas menjadikan seseorang tidak perlu saling bertatap muka untuk berinteraksi sosial, cukup melalui *Hand Phone*

masing-masing sudah dapat melakukan interaksi sosial dengan teman atau lingkungannya. Interaksi sosial dengan lingkungan saat ini lebih dominan menggunakan aplikasi media sosial daripada bertatap muka langsung. Selain dianggap praktis, penggunaan media sosial tersebut juga tanpa batas, dan dapat dilakukan kapanpun.

Teknologi telah mengubah pola kehidupan manusia diberbagai bidang, sehingga secara langsung telah mempengaruhi munculnya perbuatan hukum baru di masyarakat. Seiring dengan perkembangan zaman saat ini, permasalahan-permasalahan atau kasus-kasus yang berkaitan dengan penggunaan teknologi semakin sering terjadi di dalam masyarakat, organisasi, bahkan dalam ruang lingkup pemerintahan. Hal ini dapat disaksikan secara langsung, maupun lewat media sosial, baik itu dari surat kabar lokal, nasional, *facebook*, *youtube*, dan bahkan berita nasional dan internasional menyiarkan secara langsung berbagai kasus yang terjadi setiap harinya, mulai dari kasus kecil, perdata, bahkan sampai dengan kasus pidana yang terjadi semakin bertambah baik itu di perkotaan maupun di pedesaan.⁵ Permasalahan atau kasus yang paling hangat pada saat ini adalah persekusi. Walaupun sudah banyak media sosial yang menyiarkan kasus-kasus persekusi dan kata-kata persekusi, namun tidak semua orang yang memahami atau mengetahuinya.²⁸

²⁸Deddi Kurniawan, "Tinjauan Yuridis Terhadap Persekusi Dalam Perspektif Hukum Pidana" (Skripsi Sarjana; Jurusan Hukum Pidana; 2018), h. 2.

2.4.4.2 Faktor Politik

1. Pengertian Politik

Politik adalah kenegaraan, ilmu ketatanegaraan, pemerintahan, siasat, tipu muslihat, kelicikan, daya upaya, kebijakan, kegiatan dan interaksi manusia yang berkenaan dengan proses pembuatan dan pelaksanaan keputusan yang mengikat untuk masyarakat umum. Atau kegiatan dalam suatu sistem negara yang menyangkut penentuan tujuan dan bagaimana cara mencapai tujuan. Politik selalu menyangkut tujuan-tujuan dari seluruh masyarakat (*public goals*), dan bukan tujuan pribadi seseorang (*private goals*). Konsep-konsep pokok politik adalah: (1.) Negara (*state*); (2.) Kekuasaan (*power*); (3.) Pengambilan keputusan (*decisionmaking*); (4.) Kebijakan (*policy*); (5.) Pembagian (*distribution*) atau alokasi (*allocation*).

Dalam dunia politik yang sehat seharusnya bijak dalam tata pelaksanaannya, saling gotong royong dan kejujuran sangatlah penting di dalamnya namun,seringkali terjadi siasat, tipu daya,kelicikan,dan persaingan,hingga saling menjatuhkan. Apalagi pada saat musim pemilihan gubernur, walikota, bupati, presiden. Misalnya kasus yang terjadinya pada akhir-akhir ini yang ramai diperbincangkan yaitu beberapa kasus hoaks yang dibuat oleh Ratna Sarumpaet yang ingin menjatuhkan presiden Joko Widodo. Kasus hoaks yang pernah dilakukan Ratna Sarumpaet antara lain :

3. Pengaruh hoaks di dalam politik bagi masyarakat dan bagaimana dampaknya.

Masyarakat Indonesia saat ini umumnya senang berbagi informasi. Dibarengi dengan perkembangan teknologi sangat memudahkan masyarakat untuk mendapatkan berita yang sangat cepat. Namun hal ini menimbulkan suatu polemik baru. Informasi benar

dan salah menjadi campur aduk. Suatu berita atau pernyataan yang memiliki informasi tidak valid atau berita palsu yang tidak memiliki kepastian yang sengaja disebarluaskan untuk membuat keadaan menjadi lebih heboh dan menimbulkan ketakutan disebut dengan hoaks. Hoaks itu sendiri menimbulkan dampak negatif bagi masyarakat apalagi yang berhubungan dengan politik. Dampak yang dapat ditimbulkan yaitu :

1. Hoaks Sebagai Pembuang-buang Waktu

Seperti yang dikutip dari cmsconnect.com, menyatakan bahwa dengan melihat hoaks di sosial media mengakibatkan kerugian bagi individu maupun kelompok. Misalnya saja saat berada di tempat kerja satu orang yang sudah mengetahui kabar berita yang belum tentu kebenarannya hoaks menyebarkan pada teman kerjanya kemudian mereka berbicara mengenai kabar berita tersebut padahal di waktu itu seharusnya mereka bekerja bukannya malah membicarakan berita yang belum jelas kebenarannya. Disitu bisa dilihat kerugian apa saja yang ditimbulkan oleh kabar hoaks tersebut. Kerugian yang ditimbulkan yaitu mereka kehilangan waktu yang seharusnya digunakan untuk bekerja malah digunakan untuk membicarakan hal yang tidak penting dan itu juga mempengaruhi hasil produktivitas. Dengan penurunan produktivitas maka yang dihasilkan semakin berkurang sedikit demi sedikit atau bahkan dengan jumlah yang besar.

2. Hoaks Sebagai Pengalihan Isu

Di media sosial ataupun internet dimanfaatkan sebagai pelancar aksi kejahatan mereka. Apalagi saat musim pemilihan gubernur, presiden, bupati pasti akan sangat banyak isu-isu yang beredar dari isu yang benar sampai isu yang tidak benar karna hanya ingin menjatuhkan kandidat lain, kemudian isu tersebut bercampur

aduk. Sebagai contohnya isu yang menerpa presiden kita Joko Widodo, hoaks yang menerpa Joko Widodo tidak hanya sekali tetapi sudah berkali-kali bahkan sering. Namun beliau menanggapi isu tersebut dengan santai tanpa amarah sedikitpun. Seperti yang dikutip di halaman detik news presiden Joko Widodo mengatakan “saya udah 4 tahun urusan begitu. Saya biasa-biasa saja, tapi apakah itu pendidikan yang baik? Mencela dan memfitnah. Sejak 2014, presiden Joko Widodo PKI, coba. PKI itu dibubarkan tahun 65, 66 saya lahir tahun 61. Masa umur baru 4 sudah aktifis PK masa ada PKI balita,”ujarnya.”

3. Penipuan Publik

Biasanya penipuan ini bertujuan untuk menarik simpati masyarakat yang percaya dengan hoaks tersebut. Misalnya, kasus yang terjadi beberapa waktu lalu yaitu sebuah pesan yang beredar lewat aplikasi chat *whatsapp* berisi pesan pembukaan pendaftaran CPNS nasional. Setelah berita hoaks tersebut Viral tersebar, akhirnya pemerintah memberikan klarifikasi bahwa pemerintah tidak membuka pendaftaran CPNS pada waktu itu.

4. .Pemicu Kepanikan Publik

Hoaks yang satu ini memuat berita yang merangsang kepanikan khalayak publik. Salah satu contohnya adalah hoax tentang kecelakaan hilangnya pesawat Garuda Indonesia dengan tujuan Jakarta-Palu. Hingga pada akhirnya media online maupun media massa harus mengklarifikasi berita tersebut agar masyarakat tidak panik maupun percaya dengan hoaks tersebut.²⁹

²⁹Erlly Mitra Lorentika, “Hoax Di Tahun Politik Sebagai Pemecah Belah Kesatuan Anak Bangsa” (Skripsi Sarjana Jurusan Farmasi; 2018; h.2-3.

2.4.4.3 Faktor Ekonomi

Berdasarkan penelitian yang dilakukan Ruri Rosmalinda, penyebab munculnya adalah karena beberapa faktor diantaranya:

1. Kemudahan bagi masyarakat dalam memiliki alat komunikasi yang modern dan murah, dalam hal ini adalah penggunaan *smartphone* sebagai media pencarian informasi.
2. Masyarakat mudah terpengaruh oleh isu-isu yang belum jelas tanpa memverifikasi atau mengkonfirmasi kebenaran informasi/berita tersebut, sehingga langsung melakukan tindakan *share* informasi yang belum jelas kebenarannya.
3. Kurangnya minat membaca, sehingga ada kecenderungan membahas berita tidak berdasarkan data akurat, hanya mengandalkan daya ingat atau sumber yang tidak jelas.

Dalam konteks ekonomi, hoaks punya efek yang besar terhadap perekonomian. Hoaks mampu mempengaruhi ekspektasi dan perilaku masyarakat yang pada akhirnya mempengaruhi keputusan berekonomi (konsumsi dan berinvestasi). Oleh karena itu, sudah menjadi tanggung jawab bersama untuk preventif menjaga viralnya hoaks sehingga tidak merugikan bisnis dan ekonomi secara umum.

Selain itu, hoaks juga mampu mengikis kepercayaan terhadap pemerintah jika tidak dikelola dengan baik dan profesional. Beberapa minggu yang lalu, walikota Bandung mendapatkan kritik dari masyarakat terkait dengan pengelolaan salah satu Kebun Binatang di wilayahnya. Beberapa hewan terlihat sangat mengesankan dan dalam kondisi yang tidak sehat. Foto-foto tersebut di viral di media sosial dan menyudutkan pemerintah Kota Bandung. Jika sebagai orang awam yang tidak memahami konteks yang sebenarnya, maka informasi tersebut akan mempengaruhi

pemahaman mereka bahwa Pemkot tidak peduli. Padahal secara struktur, hal tersebut bukan menjadi kewenangan Pemkot

Dalam hal ini, pengelolaan terhadap berita hoaks harus menjadi sebuah prioritas di era digital saat ini. Jangan sampai berita hoaks mengganggu kredibilitas sebuah institusi yang pada akhirnya mempengaruhi penilaian masyarakat. Karena di era digital seperti saat ini, kepercayaan publik menjadi salah satu penunjang suksesnya program pembangunan pemerintah. Oleh karena itu, sebagai masyarakat kita harus lebih kritis terhadap sebuah berita hoaks. Mulailah dengan memfilter semua informasi dengan baik, sebelum kita memforward atau memviralkannya lagi ke pihak-pihak lain. Selalulah berpikir kritis atas pihak-pihak yang dirugikan dengan adanya berita hoaks tersebut.

Bagi dunia bisnis, ketakutan masyarakat akan menyebabkan perubahan perilaku yang pada akhirnya mempengaruhi keputusan mereka dalam berkonsumsi dan berinvestasi. Sehingga pada akhirnya akan menghambat perekonomian itu sendiri. Renungkanlah lagi, jika kita adalah obyek yang terkena dampak hoaks dan membuat bisnis kita menjadi hancur. Mulailah untuk memviralkan berita-berita yang baik dan menyejukkan. Doronglah “empati” yang kuat untuk mendorong bisnis-bisnis lokal ini untuk tumbuh. Selalu berpikir tentang dampaknya, dampaknya dan dampaknya. Karena setiap informasi akan mempengaruhi keputusan masyarakat untuk berekonomi. Berhentilah untuk menebar kebencian dan ketakutan, karena salah satu faktor penting dalam mendorong pembangunan ekonomi adalah: masyarakat yang semakin percaya diri, masyarakat yang semakin kritis dan masyarakat yang

produktif. Dan hal tersebut sangat tergantung dari kemampuan mereka mengelola informasi yang benar.³⁰

Berita hoaks dapat dipahami berita yang kebenarannya tidak dapat dipertanggung jawabkan oleh siapapun bahkan oleh pembuatnya sendiri. Berikut, alasan mengapa konten hoaks tersebar luas di jejaring sosial:

1. Hanya sebuah humor demi kesenangan belaka. Setiap orang memiliki cara sendiri untuk membuat dirinya merasa senang. Dengan kecanggihan teknologi zaman sekarang, orang bisa melakukan hal-hal yang aneh, langka dan tidak logis. Namun menimbulkan decak kagum yang lucu dan penuh fantasi.
2. Hanyalah usaha mencari sensasi di internet atau media sosial. Biasanya untuk merebut perhatian lebih banyak user, pemilik website dengan sengaja memberikan konten lebay sekedar untuk mencari perhatian publik.
3. Hanya untuk menyebarkan berita hoaks demi untuk mendapat lebih banyak uang dengan bekerjasama dengan oknum. (kasus Saracen).
4. Hanya untuk ikut-ikutan agar terlihat seruan. Ini juga merupakan salah satu strategi internet marketing dengan menyuguhkan berita yang lebay maka akan sebagai komentar dan like kesana sehingga kelihatan lebih hidup dan lebih ramai.
5. Hanya untuk menyudutkan pihak tertentu (*black campaign*). Keadaan ini sering terjadi saat sedang berlangsungnya Pilkada/Pilgub/ Pilpres. Begitulah saat hawa nafsunya tinggi untuk memiliki jabatan alhasil segala cara akan di tempuhnya alias menghalalkan segala cara.
6. Sengaja menimbulkan keresahan. Saat situasi jelek/ rumit mulai tersebar maka munculkan kekuatiran di dalam masyarakat. Beberapa orang memanfaatkan

³⁰ <https://www.diassatria.com/hoax-dan-pembangunan-ekonomi/> dias satria

keresahan ini untuk meraup untung yang sebesar besarnya. Istilahnya adalah “memancing di air keruh” dan “memanfaatkan kesempatan dalam kesempitan”.

7. Berniat untuk beradu domba. Inilah yang sering terjadi pada saat ini yaitu ada oknum yang tidak bertanggung jawab melakukan penyebaran hoaks untuk mengadu domba tanpa kepentingan tertentu ataupun menjatuhkan kedua lawan. Dengan contoh politik yang ada saat ini lebih kepada politik adu domba.

2.4.5 Cara Mengenali Hoaks

Untuk mengenali hoaks, masyarakat perlu terus diedukasi untuk bisa mengidentifikasi secara sadar perihal berita sesat alias (hoaks) yang kini masih tersebar luas didunia maya dengan cirri-ciri sebagai berikut:

1. Berasal dari situs yang tidak dapat di percaya.
 - a) Belum memiliki tim redaksi (jika itu situs berita)
 - b) Keterangan tentang siapa penulisnya tidak jelas (Halaman ABOUT- Untuk situs Blog)
 - c) Tidak memiliki keterangan siapa pemiliknya.
 - d) Nomor telepon dan email pemilik tidak tercantum. Sekalipun ada tapi tidak bisa dihubungi
 - e) Domain tidak jelas.
2. Tidak ada tanggal kejadiannya
3. Tempat kejadiannya tidak jelas
4. Menekankan pada isu SARA/ syarat dengan isu SARA yang berlebihan
5. Kebanyakan kontennya aneh dan dengan lugas juga tegas menyudutkan pihak tertentu. Saat anda memeriksa tulisan yang lainnya juga demikian: tidak bermutu dan merendahkan pihak tertentu secara berlebihan.
6. Beritanya tidak berimbang. Menyampaikan fakta dan pertimbangan yang berat sebelah.
7. Alur cerita dan kontennya tidak logis, langka dan aneh
8. Bahasa dan kalimat yang digunakan agak rancu dan tidak berhubungan satu sama lain.
9. Menggunakan bahasa yang sangat emosional dan provokatif.
10. Menyarangkan anda untuk mengklik, mengshare melike tulisannya dengan nada yang lebay.³¹

³¹M. Ravii Marwan Ahyad, “Analisis Penyebaran Berita Hoax Di Indonesia (Skripsi Sarjana; Jurusan Ilmu Komuniaksi: Jakarta 2007), h. 4-7.

2.2.6 Dampak Hoaks

1. Generasi muda bisa tersita waktunya.

Menteri Komunikasi dan Informatika, Rudiantara mengatakan bahwa berita hoaks di media sosial bisa berdampak bagi generasi muda, produktivitas anak muda bisa tersita karena seringnya menggunakan media sosial. “Jangan sampai perhatian kita terhadap keluarga dan orang sekitar menjadi berkurang” kata Rudiantara sebagaimana dikutip brililio.net dari laman kominfo.

Sebuah Studi Universitas Stanford menunjukkan anak muda terutama remaja atau mahasiswa menilai kebenaran berita dari detail konten seperti jumlah besarnya foto, panjang artikel, dan lain lain. Penelitian ini dilakukan kepada 7.840 siswa dari berbagai latar belakang. Responden diminta untuk memberikan evaluasi terhadap konten berita yang ditujukan. Hasil dari penelitian tersebut menyatakan bahwa anak muda lebih memprioritaskan isi artikel daripada sumber berita. Hal ini menjadi alasan kenapa anak muda sangat rentang sekali dengan berita hoaks.

2. Memicu Perpecahan

Berita sering bermuatan isu tindakan yang mengatasnamakan identitas golongan tertentu seperti suku, ras, agama. Kelompok Saracen juga bermain di tema ini. Mereka bisa menyebarkan konten-konten bernada SARA. Alhasil, masyarakat akan terpecah belah karenanya. Masyarakat tidak bisa membedakan isu mana yang benar dan hoaks. Menteri Agama Lukman Hakim Saifuddin pernah mengatakan bahwa persatuan Indonesia tidak goyah hanya karena provokasi dan hasutan.

3. Menurunkan reputasi pihak yang dirugikan.

Berita hoaks sering kali menjatuhkan pihak tertentu. Dengan banyaknya berita hoaks, pihak yang dirugikan akan kesulitan untuk melakukan klarifikasi

Kemendikbud dari twiternya @kemendikbud mengatakan bahwa pelaku kejahatan bisa menurunkan status sosial dari objek berita hoaks tersebut. Berita hoaks juga bisa menurunkan status sosial dari objek berita hoaks tersebut. Berita hoaks juga bisa digunakan untuk mengalahkan kelompok tertentu dalam politik seperti pada saat pilkada.

Penelitian yang dilakukan oleh Hunt Allost menunjukkan fakta bahwa orang dewasa AS membaca dan mengingat satu atau beberapa artikel berita bohong ternyata mempunyai efek besar dalam pemilihan tersebut dan mampu mempengaruhi suara yang didapatkan oleh kandidat presiden.

4. Menguntungkan pihak tertentu.

Kasus kelompok pembuat berita professional Saracen merupakan bukti nyata bahwa bisnis hoaks menggiurkan. Motif ekonomi bisa menjadi alasan penyebaran berita hoaks. Dilansir dari merdeka.com, Kasubag Ops Satgas Patroli Siber Bareskrim Polri AKBP Susatyo purnomo mengatakan bahwa nominal yang diterima oleh kelompok bisa mencapai Rp 100 juta setiap proyek.

5. Berita hoaks membuat fakta tidak lagi bisa dipercaya.

Dengan semakin viralnya berita hoaks, fakta sebenarnya malah bisa cap sebagai berita *hoax.i*. Dengan ini masyarakat bisa kebingungan tentang fakta mana yang harus dipercaya. Dilansir dari website resmi kominfo, Juru bicara Presiden Johan Budi menegaskan bahwa berita bohong harus di lawan. “fungsi humas adalah merespons tuduhan atau fitnah tak benar,” ujarnya. Johan juga berpesan agar komunikasi dilakukan dengan tepat dan jelas. Berita hoaks bisa muncul dari

komunikasi yang kurang tepat dan bisa membuat persepsi masyarakat menjadi buruk.³²

Dapat dipahami bahwa cara mengenali berita hoaks tentunya memiliki situs yang tidak dapat dipercaya sumbernya tidak jelas. Oleh karena itu masyarakat tentunya lebih cermat lagi dalam memilih suatu berita yang telah tersebar didunia maya. Dampak dari berita hoaks ini memiliki banyak sisi negatif karena berita hoaks ini dapat menimbulkan perpecahan berita sering bermuatan isu tindakan yang mengatasnamakan identitas golongan tertentu seperti suku, ras, agama.

2.4.7 Lembaga Penyiaran di Indonesia

2.4.7.1 Pengertian Media

Media adalah alat atau sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada khalayak. Ada beberapa pakar psikologi memandang bahwa dalam komunikasi antar manusia, media yang paling dominan dalam berkomunikasi adalah panca indra manusia, seperti mata dan telinga. Pesan-pesan yang diterima panca indra selanjutnya diproses dalam pikiran manusia untuk mengontrol dan menentukan sikapnya terhadap sesuatu, sebelum dinyatakan dalam tindakan.³³

2.4.7.2 Pengertian Media Televisi

Media Televisi pada hakikatnya merupakan suatu sistem komunikasi yang menggunakan suatu rangkaian gambar elektronik yang dipancarkan secara cepat, berurutan, dan diiringi dengan unsur audio. Walaupun demikian, pengertian ini harus dibedakan dengan media film yang merupakan rangkaian gambar yang

³²Muhammad Taufiq Rahman, “*Hoax Di Media Sosial Facebook Dan Twiter Perspektif Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik Dan Hukum Islam*” (Skripsi Sarjana; Jurusan Hukum Keluarga Islam: Tulungagung, 2008). h. 43-45.

³³Hafied Canggara, *Pengantar Ilmu Komunikasi* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2011), h. 125.

diproyeksikan dengan kecepatan dengan 24 bingkai per detik sehingga gambar tampak hidup. Setiap gambar dari rangkaian tersebut dengan mudah dapat kita kenali dengan mata telanjang.

Kata televisi terdiri dari kata, *tele* yang berarti “jarak” dalam bahasa latin. Jadi kata *visi* yang berarti “citra atau gambar” dalam bahasa latin. Jadi kata televisi berarti suatu sistem penyajian gambar berikut suaranya dari satu tempat yang berjarak jauh.

Proses penyajian gambar atau suara tersebut adalah sebagai berikut. Pertama, gambar dan suara (objek) direkam melalui kamera dan mikrofon. Selanjutnya, ditransformasikan ke dalam getaran elektromagnetis (jenis getaran audio dan video). Setelah diperkuat kemudian dimodulasikan menjadi gelombang radio dengan frekuensi tinggi yang disebut *Very High Frequency* (VHF) dan *Ultra High Frequency* (UHF) dan dipancarkan ke udara melalui stasiun pemancar/transmisi. Setelah masuk ke dalam pesawat penerima, gelombang UHF atau VHF itu ditransformasikan kembali menjadi bentuk bayangan gelap dan terang berupa garis-garis. Bentuk inilah yang tampak sebagai gambar diiringi suara di layar televisi.³⁴

2.4.7.3 Televisi Lokal

Terlepas dari perkembangan di atas, “televisi lokal” sebuah konsep sesungguhnya masih problematis. Sebuah terminologi yang bisa menjebak sekaligus menyesatkan, karena tidak merujuk pada satu entitas yang spesifik dan hanya punya atau interpretasi. Diskursus tentang televisi lokal begitu marak belakangan ini. Namun diskursus itu berjalan tanpa suatu pemahaman yang sama tentang apa itu televisi lokal, sejauh mana batasannya, dan apa saja variannya. UU Penyiaran No. 32

³⁴ P.C.S Sutisno, *Pedoman Praktis Penulisan Skenario Televisi dan Video*. (Jakarta: PT Gramedia Widiasarana, 1993), h. 1-2.

Tahun 2002 sebagai titik tolak sekaligus muara dari diskursus itu, bahkan tidak secara spesifik mengatur televisi lokal. UUD Penyiaran Klausul-klausul tentang lembaga penyiaran komunitas, lembaga penyiaran publik, daerah dan lembaga penyiaran komersial lokal. Klausul-klausul ini dimunculkan secara terpisah, tidak menyatu lokal sering kali disertai ketidakjelasan, lembaga penyiaran jenis mana yang sesungguhnya yang sedang digagas. Untuk memperjelas hal ini, dan untuk mengeliminir kerancuan pemahaman tentang televisi lokal, terlebih dahulu perlu diuraikan spesifikasi dan perbedaan 3 jenis “lembaga penyiaran” lokal tersebut.

1. Televisi komunitas

Definisi dan batasan televisi komunitas pertama-tama kita harus merujuk pada pasal 20 ayat (1) UU No.32/2002 tentang penyiaran. Disebutkan bahwa lembaga penyiaran yang berbentuk badan hukum Indonesia, didirikan oleh komunitas tertentu, bersifat independen dan tidak komersial, dengan daya pancar rendah, luas jangkauan wilayah terbatas, serta melayani komunitasnya.

Lembaga penyiaran komunitas tidak boleh mencari laba dengan iklan atau bentuk usaha profil lainnya. Iklan hanya boleh ada sebatas iklan layanan masyarakat. Iklan komersial diperbolehkan adalah untuk kategori *non-hard-selling product* (bukan penjualan langsung). Bisa pula melalui sponsorship program acara, kegiatan, dan hibah. Sumber dana utama hendaknya berasal dari komunitas. Berbentuk iuran, hibah, atau sumbangan yang tidak mengikat. Oleh karena itu muncul, konsep televisi komunitas bertanggung jawab kepada komunitas.

Definisi lain yang menekankan proses pertanggung jawaban lembaga penyiaran komunitas. “lembaga penyiaran” komunitas adalah lembaga yang memberikan pengakuan yang signifikan terhadap peran supervise dan evaluasi oleh

anggota komunitasnya. Melalui sebuah lembaga *supervise* yang khusus didirikan untuk tujuan tersebut, dimaksudkan untuk melayani satu komunitas tertentu saja dan (karenanya) dimiliki jangkauan yang terbatas. Ada proses pertanggung jawaban terhadap anggota komunitas yang di layani oleh lembaga penyiaran komunitas. Pertanggung jawaban ini di samping karena mereka menggunakan dana komunitas, juga secara moral mereka terikat pada komunitas tempat mereka berada. Isi dan muatan-muatan acara dalam program televisi tersebut harus *lokal-minded*, artinya ada pesan dan tanggung jawab moral yang diemban televisi komunitas untuk mencerdaskan, memajukan, dan terlebih menyejahterahkan masyarakat.

2. Televisi swasta lokal

Definisi tersebut jelas terlihat perbedaan epistologi antara lembaga penyiaran komunitas dan lembaga penyiaran swasta lokal. Definisi televisi swasta lokal tak beda jauh televisi komersial nasional. Dalam UUD No. 32 Tahun 2002 tentang penyiaran disebutkan, definisi televisi komersial adalah “lembaga penyiaran yang bersifat komersial berbentuk badan hukum Indonesia yang bidang usahanya hanya menyelenggarakan jasa televisi (maupun radio).” Hanya daya jangkau saja yang berbeda. Latar belakang legitimasi politis atau lembaga penyiaran swasta lokal sendiri juga berasal dari pertimbangan yang bersifat ekonomis. Yaitu, untuk mengeliminir monopoli kepemilikan media televisi oleh permodal tertentu, serta untuk melakukan desentralisasi modal dan akumulasi keuntungan dalam bisnis penyiaran, sesuai dengan semangat otonomi daerah. Maka muncul klausul, “lembaga penyiaran yang menyelenggarakan jasa penyiaran radio atau jasa penyiaran televisi terdiri atas stasiun penyiaran jaringan dan atau stasiun penyiaran lokal.”

Klausul inilah yang memberikan televisi-televisi swasta Jakarta, hingga ATVSI mengajukan *judicial review* atas UU Penyiaran No.32 Tahun 2002 ke Mahkamah Agung. Sebaliknya, para pengelola televisi lokal yang tergabung dalam ATVLI (Asosiasi Televisi Lokal Indonesia) merasa diuntungkan dengan adanya pengakuan hukum dalam UU penyiaran tersebut.

3. Televisi publik daerah

Televisi publik daerah, banyak didirikan oleh unsur pemerintahan daerah, tingkat provinsi maupun kabupaten/kota. Ada yang pemilikannya secara kelembagaan, ada pula yang bersifat pribadi, oleh pejabat tertentu. Televisi-televisi ini juga mengklaim diri sebagai televisi lokal. Semangat mereka juga semangat otonomi daerah, desentralisasi, dan pemberdayaan nilai-nilai lokal. Lahirnya televisi-televisi “pemda” kurang lebih berawal dari hasrat memanfaatkan momentum reformasi untuk mendirikan televisi-televisi baru. Mereka memanfaatkan kondisi *lawless* pasca pembubaran Departemen Penerangan, serta ketidakpastian hukum akibat tumpang-tindih antara UU penyiaran, UU Telekomunikasi, dan UU Otonomi Daerah. Sulit untuk televisi-televisi “pemda” diproyeksikan sebagai televisi komunitas atau televisi komunitas.

Klausul lembaga penyiaran publik daerah ini baru muncul pada masa-masa penundaan penegasan RUU penyiaran. Klausul ini merupakan usulan pemerintah, karena dikhawatirkan lembaga penyiaran publik akan menjadi kepanjangan tangan bagi pemerintah daerah. Namun, pada akhirnya klausul itu lolos juga. Sebuah cermin kemenangan lobi politik pemerintah, karena bagaimanapun pelembagaan lembaga penyiaran publik daerah adalah sebuah peluang untuk melakukan pembenaran terhadap radio-radio dan televisi milik pemerintah daerah.

Dari penjelasan di atas, dapat dipahami bahwa identifikasi televisi lokal selama ini merujuk pada 3 entitas penyiaran dengan fungsi dan kedudukan yang berbeda. Namun dalam praktiknya, muncul generilisasi yang membuat rancu masing-masing lembaga penyiaran itu. Orang merasa berhak mengklaim televisi yang didirikannya adalah televisi komunitas, atau entitas penyiaran yang memang sedang digalakkan atas nama demokratisasi penyiaran. Padahal dari berbagai segi televisi tersebut jauh dari gambaran lembaga penyiaran komunitas. Sulit untuk melakukan pemilahan secara tegas, antara televisi komunitas, televisi swasta lokal, dan televisi publik daerah, karena keduanya lahir dan berkembang dan alasan latar belakang yang kurang lebih sama, pada momentum yang sama, serta untuk menjawab problem-peoble yang sama.³⁵

2.5. Media Radio

2.5.1 Pengertian Radio

Radio adalah teknologi yang digunakan untuk mengirim sinyal dengan cara modulasi dan radiasi elektromagnetik (gelombang elektromagnetik). Gelombang ini melintas ini melintas dan merambat lewat udara dan juga bisa merambat lewat ruang angkasa yang hampa udara, karena gelombang ini tidak memerlukan medium pengangkut (seperti molekul udara).³⁶

2.5.2 Jenis-jenis Radio

Jenis-jenis Radio dapat dibagi ke dalam tiga kategori yaitu ditinjau dari segi frekuensi, gelombang, dan dari penyelenggara:

³⁵Agus Sudibyo, *Ekonomi Politik Media Penyiaran*, (Jakarta, Lkis Pelangi Aksara: 2007), h. 106-102.

³⁶Atie Rachmatie, *Jurnalistik Radio*. (Bandung, Erlangga: 2012), h. 120.

1. berdasarkan Frekuensi

Frekuensi adalah ukuran jumlah putaran ulang peristiwa dalam selang waktu yang diberikan. Dalam hasil perhitungan dinyatakan dalam satuan Hertz (hz) yaitu nama pakar fisika Jerman Heinrich Rodolf Hertz, penemu dari fenomena ini. Berdasarkan frekuensi radio terbagi dalam dua bagian yaitu; Amplitudo Modulasi (AM), Frekuensi Modulasi (FM)

2. berdasarkan gelombang

a. gelombang panjang (*long wave*) gelombang jenis ini memiliki signal yang panjang sehingga mampu menjangkau *range area* yang sangat luas.

b. Gelombang pendek (*short wave*) gelombang yang menggunakan udara sebagai mediator.

c. Gelombang medium (*medium wave*). Gelombang yang menggunakan udara sebagai mediator

3. Berdasarkan penyelenggara

a. Radio Milik Negara

Stasiun Radio yang pelaksanaannya dilakukan oleh lembaga Negara dan untuk kepentingan Negara. Seperti Radio Republik Indonesia (RRI) sebelum menjadi lembaga penyiaran publik, yang berstatus sebagai perusahaan jawatan (perkan) yaitu Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang tidak mencari untung.

b. Radio Publik

Lembaga penyiaran Publik (LLP) RRI dikembangkan/ dibangun mengacu pada UU No. 32 Tahun 2002 dan PP No. 12 Tahun 2005 sebagai lembaga yang independen, netral dan tidak komersial dan berfungsi melayani kepentingan masyarakat, sebagai corong publik pemerintah.

c. Radio swasta

Radio siaran swasta FM dan AM yang dapat digunakan untuk menyampaikan informasi, penyelenggara Radio Swasta tentunya lebih menfokuskan pada keuntungan, pengelolaan Radio Swasta berdasarkan hasil raih oleh *surveyor* dan juga selera atau kreatifitas pengelola.

Kepentingan Radio Swasta diarahkan kepada segmen pasar atau disasar. Dalam siarannya Radio Swasta mengikuti selera keinginan pasar. Hidup dan matinya Radio Swasta pada pemasangan iklan.

d. Radio Komunitas

Adalah stasiun Radio yang dimiliki, dikelola, diperuntukkan, diinisiatifkan dan didirikan oleh sebuah komunitas. Pelaksana penyiaran (seperti Radio) komunitas disebut sebagai lembaga penyiaran komunitas. Radio komunitas juga sering disebut sebagai Radio sosial, Radio pendidikan, atau Radio alternatif.

c. Radio Asing

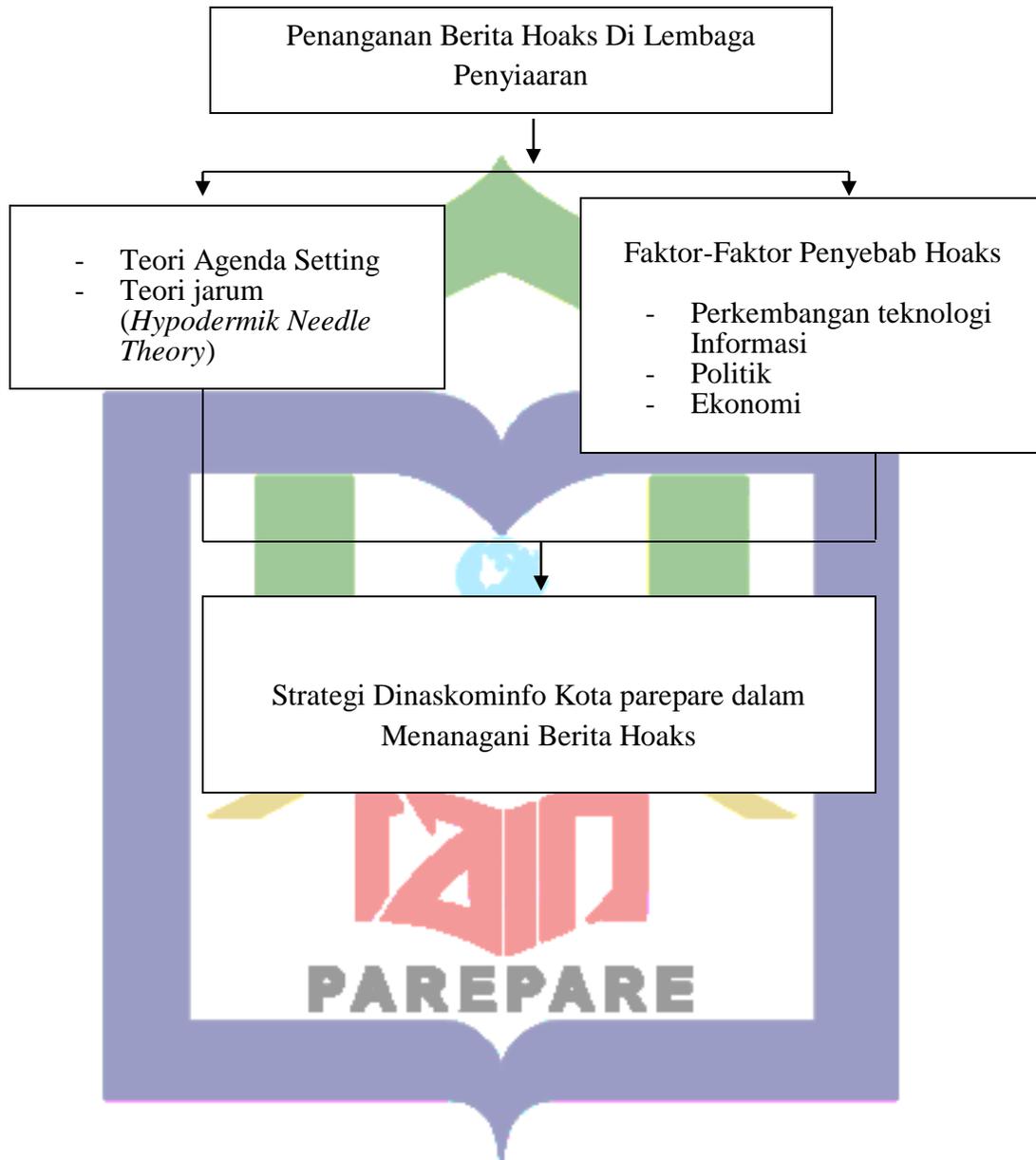
Radio luar negeri yang bisa didengar di Indonesia, biasanya menggunakan jaringan satelit.³⁷

2.6 Kerangka Pikir

Kerangka pikir merupakan serangkaian konsep dan kejelasan hubungan antar konsep tersebut dirumuskan oleh peneliti berdasar tinjauan pustaka, dengan meninjau teori yang disusun digunakan sebagai dasar untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan penelitian yang diangkat agar peneliti mudah dalam melakukan penelitian.³⁸

³⁷Maulidar, “Strategi pemograman Radio Fas 103,7 FM Untuk Meanarik minat Pendengar” (Skripsi Sarjana; Jurusan Ilmu Komunikasi), h. 17-19.

³⁸Husaini Usman, *Metodologi Penelitian Sosial*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2009). h. 34.



BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah pendekatan deskriptif kualitatif, dimana penelitian deskriptif dimaksudkan untuk mendeskripsikan suatu situasi atau area populasi tertentu yang bersifat faktual secara sistematis dan akurat. Penelitian deskriptif dapat pula diartikan sebagai penelitian yang dimaksudkan untuk memotret fenomena individual, situasi, atau kelompok tertentu yang terjadi secara kekinian.³⁹

Alasan peneliti mengambil jenis penelitian karena ingin mengetahui strategi dinas komunikasi dan informatika dalam menangani berita hoaks di lembaga penyiaran publik. Pendekatan kualitatif adalah pendekatan yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya, perilaku, persepsi, minat, motivasi, tindakan, dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa.

3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian

3.2.1 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian yang akan dijadikan sebagai tempat penelitian adalah Dinas Komunikasi dan Informasi Kota Parepare. Penentuan lokasi dilakukan dengan pertimbangan, bahwa lokasi tersebut mudah untuk dijangkau dalam melakukan penelitian.

³⁹ Sudarwan Danim, *Menjadi Peneliti Kualitatif* (Bandung: CV Pustaka Setia, 2002), h. 41

3.2.2 Waktu Penelitian

Kegiatan penelitian akan dilakukan dalam waktu kurang lebih dua bulan lamanya (d disesuaikan dengan kebutuhan penelitian), dan penelitian disesuaikan pada kalender akademik.

3.3 Fokus Penelitian

Penelitian ini berfokus pada Strategi Dinas Komunikasi dan Informasi Dalam Menangani Berita Hoaks Di Lembaga Penyiaran Publik.

3.4 Jenis dan Sumber Data

Data dapat diartikan sebagai suatu yang diketahui atau yang dianggap fokus dan tujuan penelitian. Dalam penelitian kualitatif, seperti yang telah digunakan dalam penelitian ini peneliti memilih sumber data dan mengutamakan perspektif *emic*, artinya mementingkan pandangan informan, yakni bagaimana mereka memandang dan menafsirkan dunia dari penderiannya. Peneliti tidak dapat memaksakan kehendaknya untuk mendapatkan data yang diinginkan.

Apabila peneliti menggunakan wawancara dalam pengumpulan datanya, maka sumber data tersebut disebut iforman. Apabila peneliti menggunakan teknik observasi, maka sumber datanya berupa benda, geraka atau proses sesuatu. Sumber data dalam peneltian adalah subjek dari mana data diperoleh. Berdasarkan kepada fokus dan tujuan serta kegunaan penelitian, maka sumber data dalam penelitian ini menggunakan dua sumber data yaitu:

3.4.1 Data primer

Sumber data primer adalah data otentik atau data yang berasal dari sumber pertama. Sumber data primer penelitian ini berasal dari data lapangan yang di peroleh

dari melalui wawancara terstruktur terhadap informan yang berkompeten dan memiliki pengetahuan tentang penelitian ini.

Sumber data primer dalam penelitian ini adalah Strategi Dinas Komunikasi dan Informatika Dalam Menangani Berita Hoaks Di Lembaga Penyiaran Publik.

3.4.2 Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang di peroleh atau di kumpulkan peneliti dari berbagai sumber yang telah ada (peneliti sebagai tangan kedua). Data sekunder dapat diperoleh dari berbagai literatur seperti buku, laporan, jurnal, dan lain-lain.

1.5 Tehnik Pengumpulan Data

Setiap kegiatan penelitian dibutuhkan objek atau sasaran.⁴⁰ Mengumpulkan data merupakan langkah yang tidak dapat dihindari dalam kegiatan penelitian dengan pendekatan apa pun, pengumpulan data menjadi satu fase yang sangat strategis bagi dihasilkannya penelitian yang bermutu.⁴¹ Untuk melakukan sebuah penelitian dibutuhkan tehnik dan instrumen pengumpulan data.

Metode pengumpulan data merupakan langkah strategis dalam penelitian, karena metode ini merupakan strategi untuk mendapatkan data yang diperlukan. Keberhasilan penelitian ini sebagian besar tergantung pada tehnik-tehnik pengumpulan data yang digunakan.⁴² Adapaun teknik pengumpulan data yang akan dilakukan peneliti antara lain:

⁴⁰Burhan Bugin, *Metode penelitian kualitatif* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2004), h. 43.

⁴¹Sudarwan Danim, *Menjadi Peneliti Kualitatif*, h. 51.

⁴²Basrowi & Suwandi, *Memahami Penelitian Kualitatif* (Jakarta, PT. Rineka Cipta, 2008) h.

3.5.1 Observasi

Gordon E Mills. Mills menyatakan bahwa observasi adalah sebuah kegiatan yang terencana dan terfokus untuk melihat dan mencatat serangkaian perilaku ataupun jalannya sebuah sistem yang memiliki tujuan tertentu, serta mengungkap apa yang ada di balik penanganan berita hoaks di lembaga penyiaran publik dan landasan suatu sistem tersebut.⁴³ Jadi definisi Mills di atas menyiratkan bahwa observasi pada dasarnya bukan hanya mencatat perilaku yang dimunculkan oleh subjek peneliti semata, tetapi juga harus mampu memprediksi apa yang menjadi latar belakang perilaku tersebut dimunculkan.

Adapun yang menjadi target untuk di observasi dalam penelitian ini yaitu dengan melakukan pengamatan terhadap Dinas Komunikasi Dan Informatika dalam menangani berita hoaks di lembaga penyiaran publik penulis skripsi dalam melakukan penyusunan skripsi dan metode yang digunakan dalam melakukan observasi adalah partisipan dimana observasi partisipan dilakukan oleh peneliti dengan berperan sebagai anggota yang ikut serta merasakan di dalam kehidupan masyarakat topik penelitian. Biasanya peneliti tinggal atau hidup bersama anggota masyarakat dan ikut terlibat dalam semua aktivitas dan perasaan mereka.⁴⁴ Dari hasil observasi awal pokok masalah yang ditemukan dilapangan untuk memperoleh keterangan terkait media yang digunakan yaitu Tv dan Radio sebagai alat yang digunakan dalam meretas hoaks yang berkembang di masyarakat.

⁴³Haris Herdinsyah, *Wawancara Observasi dan Fokus Group* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2013), h. 131

⁴⁴Emzir, *Metodologi Penelitian Kualitatif analisis data*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2011) Cetakan Ke-2, h. 39

3.5.2 Wawancara

Wawancara merupakan alat pengumpul informasi dengan cara mengajukan sejumlah pertanyaan secara lisan untuk di jawab secara lisan pula⁴⁵ wawancara dapat juga diartikan sebagai proses memperoleh keterangan dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka antara pewawancara dengan orang-orang yang di wawancarai untuk mendapatkan informasi yang konkrit terkait dengan permasalahan yang diteliti.⁴⁶ Adapun target orang-orang yang akan diwawancara dalam penelitian ini yaitu Manajer pemberitaan Tv dan Radio Peduli Kota Parepare beserta dengan kepala bidang dinas komunikasi dan informatika beserta dengan dan kepala sesi pengelolaan media publik beserta jajarannya.

Teknik wawancara ini dilakukan oleh peneliti dengan cara berdialog langsung kepada informan, dalam hal ini: Informan kunci Kepala Diskominfo dan Kepala Bidang Informasi dan komunikasi public beserta jajarannya. Teknik pengumpulan data melalui tanya jawab tentang berbagai masalah yang terkait dengan penelitian. Banyaknya orang yang akan diwawancarai tidak dapat ditentukan karena hal ini disesuaikan dengan kebutuhan peneliti dalam mencari informasi.

2.5.3 Dokumentasi

Dokumentasi berasal dari kata dokumen yang artinya barang-barang yang tertulis. Dalam melaksanakan metode dokumentasi, peneliti menyelidiki benda-benda tertulis seperti buku-buku, majalah, dokumen, peraturan-peraturan, notulen rapat, catatan harian, dan sebagainya.⁴⁷ Yang dimaksud dengan dokumentasi dalam

⁴⁵Sukardi, *Metodologi Penelitian Pendidikan* (Jakarta: Rineka Cipta, 2009), h. 165

⁴⁶Bugin, *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekenomi, Kebijakan Publik, Dan Ilmu Sosial Lainnya* (Jakarta: Kencana Predana Media Grup, 2010), h.108.

⁴⁷Lexy J. Moleong *Metodelogi Penelitian Kualitatif* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2009), h. 186.

penelitian ini adalah peneliti memperoleh data dan informasi yang berasal dari dokumen-dokumen dan arsip-arsip sebagai pelengkap data yang diperlukan.

3.6 Teknik Analisis Data

Analisis data kualitatif yang dikembangkan Miler dan Hubermen.

Pada prinsipnya analisis data kualitatif dilakukan bersamaan dengan proses pengumpulan data. Teknik analisis yang dilakukan dengan menggunakan teknik analisis data yang dikemukakan oleh Miles Hubermen (1992) mencakup tiga kegiatan bersamaan: (1) reduksi data (2) penyajian data, dan (3) penarikan kesimpulan (verifikasi).⁴⁸

3.6.1 Reduksi data

Reduksi data merupakan proses pemilihan, pemusatan perhatian, pengabstraksian dan pentransformasian data kasar dari lapangan. Proses ini berlangsung selama penelitian dilakukan, dari awal sampai akhir. Pada awal, misalnya; melalui kerangka koseptual, permasalahan, pendekatan pengumpulan data yang diperoleh. Dalam proses reduksi ini peneliti benar-benar mencari data yang benar-benar valid. Ketika peneliti menyangsikan kebenaran data yang diperoleh akan di cek ulang dengan informan lain yang dirasa peneliti lebih mengetahui.

3.6.2 Penyajian Data

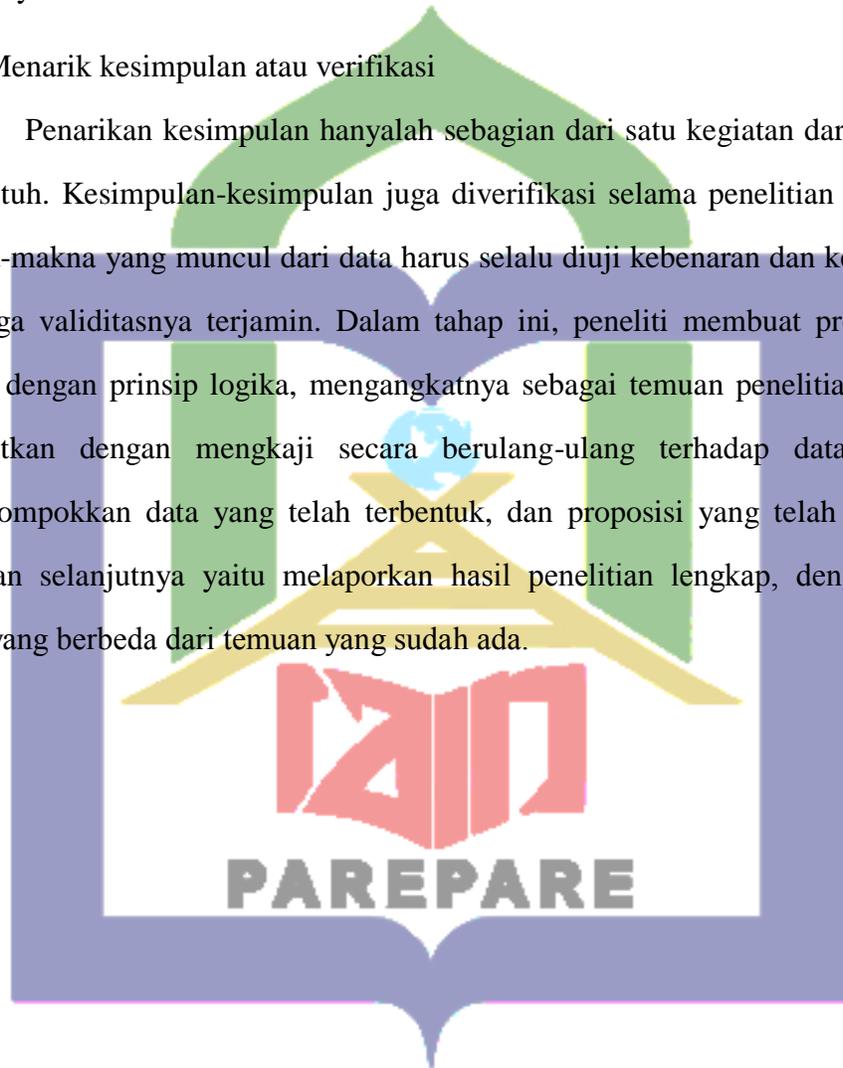
Adalah sekumpulan informasi tersusun yang member kemungkinan untuk menarik kesimpulan dan penganbilan tindakan. Bentuk penyajiannya antara lain berupa teks naratif, matriks, grafik, jaringan dan bagan. Tujuannya adalah untuk memudahkan membaca dan menarik kesimpulan. Oleh karena itu, sajiannya harus

⁴⁸Basrowi dan suwandi, *Memahami Penelitian Kualitatif* (Jakarta: PT Reneka Cipta, 2008), h. 209-210.

tertata secara apik. Penyajian data juga merupakan bagian dari analisis, bahkan mencakup pula reduksi data. Dalam proses ini peneliti mengelompokkan hal-hal yang serupa menjadi kategori atau kelompok satu, kelompok dua, kelompok tiga dan seterusnya.

3.6.3 Menarik kesimpulan atau verifikasi

Menarik kesimpulan hanyalah sebagian dari satu kegiatan dari konfigurasi yang utuh. Kesimpulan-kesimpulan juga diverifikasi selama penelitian berlangsung. Makna-makna yang muncul dari data harus selalu diuji kebenarannya dan kesesuaiannya sehingga validitasnya terjamin. Dalam tahap ini, peneliti membuat proposisi yang terkait dengan prinsip logika, mengangkatnya sebagai temuan penelitian, kemudian dilanjutkan dengan mengkaji secara berulang-ulang terhadap data yang ada, mengelompokkan data yang telah terbentuk, dan proposisi yang telah dirumuskan. Langkah selanjutnya yaitu melaporkan hasil penelitian lengkap, dengan ‘temuan baru’ yang berbeda dari temuan yang sudah ada.



BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Profil Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Parepare

Dinas Komunikasi dan Informatika adalah salah satu lembaga yang dinaungi pemerintah kota Parepare, Apabila melihat Secara kelembagaan, pada zaman orde baru yang namanya disebut sebagai dinas perundangan dan pada saat reformasi datang ketika gusdur menghapus kementerian perundangan, maka lahirlah kemudian di kota parepare yakni dinas komunikasi dan informasi sekitar tahun 1999 seiring pemberlakuan otonomi.

Pada tahun 2003 pp pasal 81 ada dikeluarkanlah peraturan kelembagaan pemerintahan daerah yang mengatur yang tadinya adalah infokom dan beralih menjadi kantor infokom lalu kemudian dalam pp 41 tahun 2007 yang tadinya kantor infokom itu menjadi bidang infokom karena ada pemahaman pemerintah pada tahun 2017 itu secara keliru karena di gabung jadi perhubungan dengan infokom sedangkan pada tahun 2011 dilakukan revisi ulang maka lahirlah yang namanya dinas Kominfo yang masih berjalan hingga hari ini. Oleh sebab itu, didalam kepengurusan diskominfo terbagi menjadi dua bidang yaitu bidang komunikasi dan informasi dan bidang pemberdayagunaan informasi kemudian pada tahun 2018 tentang kelembagaan daerah dinas infokom kemudian dilakukan revisi menjadi tiga bidang yaitu bidang komunikasi dan informasi, bidang pendayagunaan informasi dan bidang data eletronik.

Dinas Informasi dan Komunikasi publik membentuk bidang baru lagi bidang lagi yakni pengelolaan *e-gov* dan bidang teknologi informasi dan informasi.

Kemudian ada tambahan pekerjaan baru setelah menjadi bidang I kp yaitu: 1) Mengelolah layanan informasi publik, UU 14 2008; 2) Mengelolah bidang statistik; 3) Mengelolah saun sistem; 4) Mengelola informasi publi mobil dan motor; 5) Mengelolah kelompok informasi masyarakat 6) Mengelolah Radio publik; 7) Mengelolah TV publik.

4.1.2 Visi dan misi

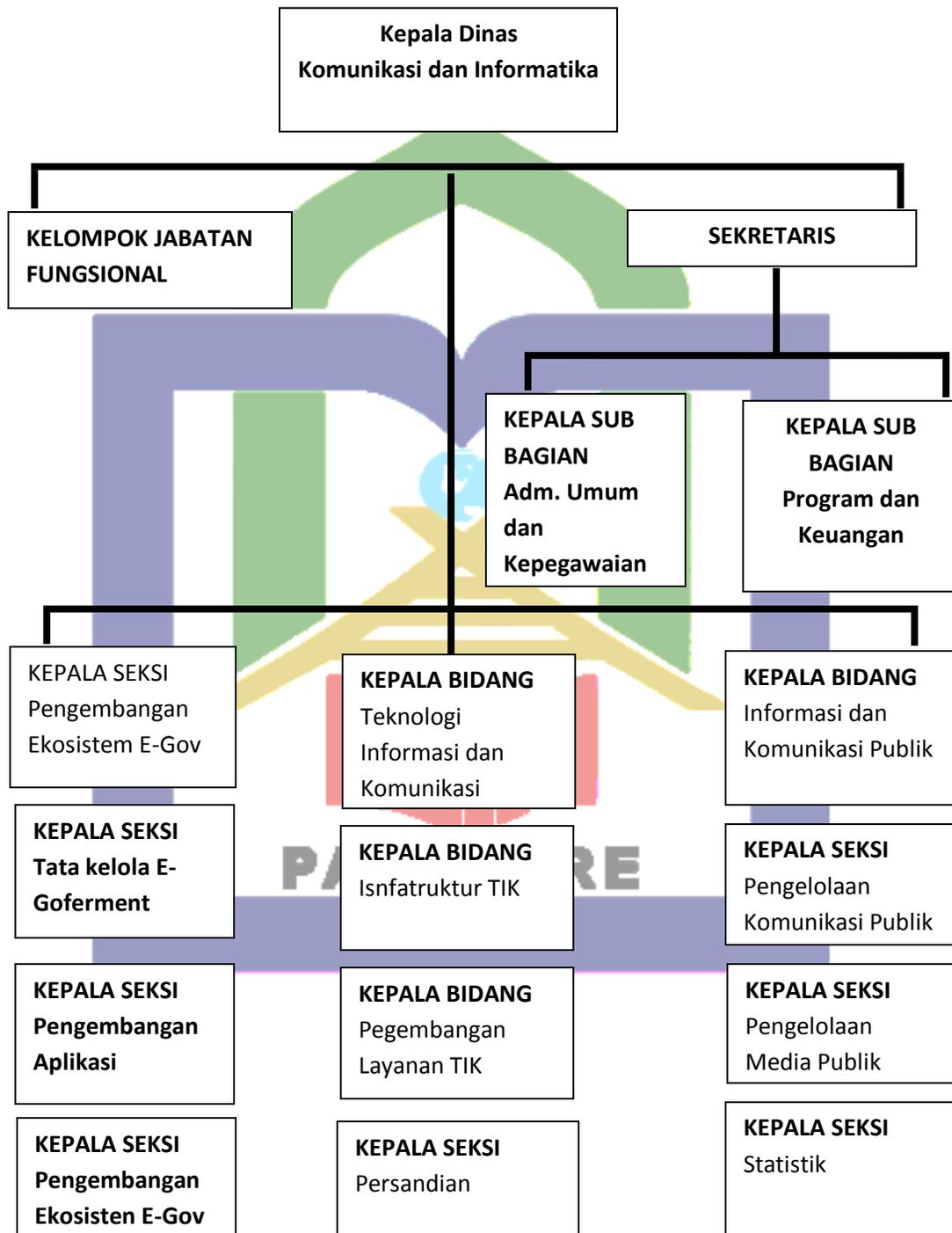
4.1.2.1 Visi:

Terwujudnya masyarakat Informasi melalui pelayanan komunikasi dan informatika yang efektif dan efisien.

4.1.2.2 Misi:

- 4.2.1.1 Meningkatkan profesionalisme sumber daya aparatur bidang komunikasi dan informatika melalui penyediaan sarana dan prasarana yang memadai.
- 4.2.1.2 Mengoptimalkan pemanfaatan sarana komunikasi dan informasi pemerintah, masyarakat dan mitra kerja lain.
- 4.2.1.3 Mewujudkan layanan online dalam penyelenggaraan pemerintahan berbasis teknologi dan informasi menuju satu data pembangunan kota parepare.
- 4.2.1.4 Meningkatkan layanan publik bidang komunikasi dan informatika melalui program sosialisasi.

4.1.3 Struktur Organisasi Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Parepare



4.2 Bentuk-bentuk Berita Hoaks

4.2.1 Tulisan

Kecepatan informasi saat ini telah dimanfaatkan oleh beberapa pihak yang tidak bertanggung jawab. Penipuan informasi bukan lagi hal baru, seperti maraknya kabar bohong yang tidak sesuai fakta. seperti membuat tulisan berita hoaks agar viral di media sosial, terlebih seperti *Facebook* dan *instagram*. Berdasarkan survey bahwa ada tiga bentuk hoaks yang sering mereka terima yaitu tulisan, foto dan caption palsu dan berita foto, video lama yang diposting ulang. Dapat dilihat bahwa konten hoaks pun wujudnya sudah dalam berbagai macam media, menghadapi segala bentuk informasi terkadang banyak dari kita yang kesulitan membedakan antara berita baik, berita buruk atau berita bohong. Untuk itu beberapa wawancara yang dilakukan oleh peneliti terhadap beberapa narasumber dengan tujuan mendapat prosesi dalam sebuah penyajian media terkait bentuk berita hoaks yakni Arwah Rahman Kepala Bidang Informasi dan Komunikasi publik mengatakan bahwa:

“Fungsi media sosial sangat bagus, hanya saja seseorang menyalahgunakan atau memanfaatkan media sosial tersebut dengan menyebarkan suatu berita dengan membuat suatu tulisan yang sifatnya mengadu domba atau semacam provokasi yang sangat merugikan masyarakat itu sendiri untuk itu sebagai pengguna media sosial agar terhindar dari berita yang belum jelas sumbernya darimana maka tentu kita harus melakukan klarifikasi atau menyaring terlebih dahulu sebelum menyebarkan berita tersebut agar tidak menimbulkan kegaduhan dimasyarakat. Untuk itu dalam proses penyajian berita di Diskominfo Kota Parepare selalu mengingatkan para pembuat berita agar selalu terhindar dari berita hoaks yang beredar di masyarakat dan memberikan klarifikasi atas berita yang beredar di tengah masyarakat”⁴⁹

Hasil wawancara diatas menunjukkan bahwa perlunya melakukan klarifikasi atau meneliti terlebih dahulu berita yang didapat, dan Diskominfo Kota Parepare selaku media publik yang dinaungi oleh pemerintahan untuk selaku berperan dalam

⁴⁹Arwah Rahman, Kepala Bidang Komunikasi dan Informasi Dinas kominfo Kota Parepare, 2019.

menangani berita hoaks yang berkembang di masyarakat dengan memberikan klarifikasi terhadap isu yang berkembang di tengah masyarakat. Untuk itu peneliti mewawancarai Mukthar, Kepala Radio Peduli yang mengatakan bahwa:

“Penyebaran berita hoaks di media sosial dampaknya sangat besar bagi masyarakat untuk itu setiap ada berita yang belum jelas kebenarannya maka kita akan melakukan klarifikasi dengan menyampaikan kebenaran berita tersebut, agar masyarakat tidak terprovokasi atas berita yang sedang hangat diperbincangkan di tengah masyarakat”⁵⁰

Hasil wawancara tersebut menunjukkan bahwa peran Diskominfo Kota Parepare sebagai pemberdayaan masyarakat meningkatkan nilai tambah sebagai penyalur informasi dalam mengurangi atau mencegah berita hoaks yang berkembang.

4.2.2 Gambar

Salah satu bentuk yang digunakan seseorang menyebarkan berita hoaks yaitu dengan menggunakan gambar yang tidak jelas sumbernya darimana bahkan gambar yang asli sangat berbeda dengan gambar aslinya, atau foto yang telah dimanipulasi penyebaran berita hoaks ini menggunakan media sosial atau media *meinstream*. Untuk itu peneliti mewawancarai Arwah Rahman sebagai Kepala Bidang Informasi dan Komunikasi Publik beliau mengatakan bahwa:

“Penyebaran berita hoaks marak terjadi di kota Parepare dengan berbagai bentuk konten tulisan, Gambar maupun Vidio. Kemudian Terkhusus penyebaran berita hoaks dalam bentuk gambar seseorang sengaja merekayasa atau mengedit gambar yang asli bahkan sangat berbeda jauh dengan gambar yang aslinya. Dengan tujuan mengadu domba terutama pada musim pemilu banyak berita hoaks yang menyebar di media sosial terutama di grup *Facebook* maupun *Whatsapp*.”⁵¹

Dari hasil wawancara diatas menunjukkan bahwa penyebaran berita hoaks dalam bentuk gambar dalam media sosial seperti *Facebook* dan *Whatsapp*. Bahkan dalam

⁵⁰Mukthar, Kepala Radio Peduli Dinas kominfo Kota Parepare, 2019

⁵¹Arwah Rahman, Kepala Bidang Komunikasi dan Informasi Dinas kominfo Kota Parepare, 2019.

penelitian dari Atik Astrini (2007). Bentuk konten hoaks pada gambar 37,5% hal ini diakibatkan masyarakat menyukai hal-hal yang menghebohkan pada dasarnya sangat berbahaya, karena ini bisa menjadi perilaku.

No.	Bentuk Berita Hoaks	Jumlah (%)
1.	Tulisan	62.10%
2.	Gambar	37.50%
3.	Vidio	0.40%

4.2.2 Vidio

Kecepatan informasi saat ini telah dimanfaatkan oleh beberapa pihak yang tidak bertanggung jawab. Penipuan informasi bukan lagi hal baru, seperti maraknya kabar bohong yang tidak sesuai fakta. Ada pula upaya pengeditan video, dipotong-potong beberapa bagian hanya untuk mendapatkan tujuan yang hendak dicapai, seperti viral atau agar banyak penonton, terlebih di *platform video* online seperti *Youtube*, *Facebook* dan *instagram*. Perkembangan jurnalisme media tentu rentan dengan penyebaran berita hoaks. Berikut wawancara Arwah Rahman Kepala Bidang Informasi dan Komunikasi publik yang mengatakan bahwa:

“Penyebaran berita hoaks di media sosial sangat rentan terjadi hal ini diakibatkan begitu mudahnya seseorang mengakses setiap informasi yang beredar. Kecanggihan teknologi memudahkan seseorang melakukan kejahatan seperti menyebarkan berita hoaks yang dapat merugikan masyarakat. Penyebaran berita tersebut bermacam-macam salah satunya dengan menggunakan video yang menimbulkan keresahan atau ingin menakuti-nakuti masyarakat.”⁵²

⁵²Arwah Rahman, Kepala Bidang Komunikasi dan Informasi Dinas kominfo Kota Parepare, 2019.

Dalam hasil wawancara diatas menunjukkan bahwa penyebaran berita hoaks sangat rentan terjadi hal tersebut dengan perkembangan teknologi yang semakin canggih. Penyebaran berita hoaks berbagai macam dilakukannya dengan menyebar video yang ingin meresahkan masyarakat. hal ini diperkuat dengan penelitian yang dilakukan oleh menurut penelitian dari Atik Astrini (2007) bahwa bentuk konten yang diterima responden sebanyak 0,4%. Berikut wawancara Syahril, Penanggung Jawab TV Peduli yang mengatakan bahwa

“Dalam berita hoaks dalam bentuk vidio sudah banyak ditemukan di kota Parepare seperti yang terjadi dengan adanya video yang viral dengan adanya angin monsum di wilayah kota Parepare, padahal berita tersebut berita hoaks yang terjadi di wilayah bandung, hal tersebut senimbulkan kepanikan masyarakat atas fenomena alam tersebut.”⁵³

Dalam wawancara menunjukan bahwa penyebaran berita hoaks dengan fenomena geger angin monsum yang menghantui masyarakat SulSel adalah fakta bahwa kemudahan bertransaksi informasi dan kemajuan teknologi media komunikasi di era milenial, bukan jaminan bagi masyarakat mampu menimbang secara matang berita media. Peluang mendapatkan kebenaran informasi karena ruang kesempatan verifikasi yang luas melahirkan sikap apatis dan kemalasan khalayak memverifikasi.

4.3 Faktor-faktor Penyebab Terjadinya Berita Hoaks

Faktor-faktor penyebaran berita hoaks menjadi suatu hal yang perlu untuk diketahui dengan melalui berbagai macam hal, mengingat media sosial adalah media yang paling banyak digunakan dalam penyebaran hoaks. Interaksi komunikasi ini menyangkut pengirim dan penerima pesan hoaks. Medium yang digunakan, isi pesan dan penetapan lingkungan dan waktu yang berhubungan erat dengan proses produksi, penyebaran dan dampak hoaks bagi masyarakat. Munculnya berita hoaks kebanyakan

⁵³Syahril, Penanggung Jawab TV Peduli, Kota Parepare, 2019.

dari kasus yang karena adanya ketidakadilan dalam negeri sehingga membuat banyak masyarakat menjadi gelisah dan menyebarkan berita hoaks sebagai bentuk gelisahnya masyarakat terhadap sistem yang tidak adil. serta beberapa hal yang banyak terjadi hari ini.

Menyebarkan tipuan sebagai gosip dan rumor di *twitter*, dengan mengamati kasus empiris di Indonesia. Pada penelitian ini peneliti melihat faktor penyebaran gosip di media sosial dan melihat *epidemiologi* tipuan propagasi sebelum dan sesudah tipuan diklarifikasi di media massa konvensional. Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa *twitter*, sebagai layanan *micro blogging* merupakan salah satu media efektif menyebarkan berita dari orang ke orang dalam kecepatan sebanding dengan media massa konvensional. Hoaks memiliki cakupan populasi yang besar dalam lima sampai enam kali *tweet*, dan berpotensi lebih besar secara eksponensial, kecuali media konvensional menghentikan penyebaran berita hoaks tersebut.⁵⁴

Ada beberapa faktor yang Penyebab terjadinya berita hoaks

4.3.1 Faktor Perkembangan teknologi Informasi

Kecanggihan teknologi dapat berdampak positif bagi masyarakat untuk menerima informasi secara instan dari media sosial, mudahnya menerima informasi melalui aplikasi yang telah dirancang untuk menerima suatu informasi. Terkait dengan perkembangan teknologi sangat pesat sehingga ada sekelompok orang yang tidak bertanggung jawab menyebarkan suatu informasi bohong sehingga memiliki dampak buruk kepada pengguna media sosial, tindakan ini sungguh sangat bertentangan dengan agama dan hukum yang berlaku di Indonesia.

⁵⁴ Crhristiany Juditha. 2018. "Interaksi Komunikasi Hoax di Media Sosial Serta Antasipasinya", Jakarta: Jurnal Pekommas Vol 3 No. 1 2018 h. 7.

Mudahnya informasi yang didapatkan akan berdampak buruk kepada masyarakat, hampir seluruh masyarakat tidak bisa membedakan mana informasi benar dan mana informasi yang masuk kategori hoaks. Oleh sebab itu, maka perlu adanya kehatia-hatian dalam menerima sebuah konten informasi yang tidak diketahui sumbernya dengan demikian masyarakat perlu melakukan *tabayyun* atau meneliti informasi yang didapatkan untuk mencegah penyebaran berita hoaks. Dampak dari penyebaran berita hoaks ini bersifat mengadu domba sehingga masyarakat mudah terprovokasi seperti yang terjadi baru-baru ini adanya tindakan anarkis masyarakat papua akibat dari berita hoaks yang berkembang.

Begitu mudahya informasi disebarkan sehingga berita hoaks ini tidak terhindarkan dan perlu adanya kesadaran masyarakat untuk mengecek sumber dari berita tersebut. Kemudian dalam pencegahan berita hoaks yang berkembang peneliti mewancarai Kepala Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Parepare yang mengatakan bahwa:

“Penyebab terjadinya berita hoaks seiring dengan perkembangan teknologi yang semakin pesat sehingga seseorang bebas menyebarkan suatu informasi yang didapatkan baik itu di media sosial maupun media *mainstream*.”⁵⁵

Hasil wawancara yang dijelaskan pada paparan di atas mengilustrasikan realita hoaks hari ini yang menjadi penyebab timbulnya berbagai macam tendensi masalah pada publik. Hingga penyebaran berita hoaks berupa konten-konten yang substansinya merujuk pada suatu hal yang tidak baik menjadi hal yang menguntungkan pada pihak tertentu dan merugikan dari golongan lainnya karena melalui media yang sampai hari ini menjadi alat terbaik untuk menyebarkan berbagai macam berita atau informasi baik atau tidak. Perkembangan teknologi informasi

⁵⁵ Jumadi Mapparimeng, Kepala Dinas Komunikasi dan Informasi Dinas kominfo Kota Parepare, 2019.

mengakibatkan mudahnya seseorang menggunakan media sosial menjadikan alat untuk menyampaikan suatu informasi yang tidak benar yang mengakibatkan penyebaran berita hoaks di kalangan masyarakat. Seperti saat ini semua orang menjadi komunikator dalam upaya menyebarkan suatu informasi tidak adanya control suatu informasi. Seperti yang diungkapkan Arwah Rahman oleh Kepala Bidang Informasi dan Komunikasi Publik yang mengatakan bahwa:

“Dalam hal ini hadirnya media baru kalau duluan informasi itu dikonsumsi masyarakat hanya dari media menstim sifatnya elitis dan *top down* maksudnya dari atas ke bawah, alur informasi itu pesan itu dari media umum masyarakat kita hanya menjadi objek, beda dengan sekarang adanya media sosial membuka peluang untuk menyebarkan berita hoaks di karenakan semua orang menjadi komunikator karna control informasi tidak bisa lagi dilakukan seperti dulu dengan secara ketat, sehingga seseorang seandainya menyebarkan suatu informasi di media sosial”⁵⁶.

Hasil wawancara di atas penyebaran berita hoaks terjadi akibat adanya media sosial yang menghasilkan suatu berita yang tidak jelas kebenarannya dan semua orang menjadi komunikator dan tidak adanya control dalam pencegahan penyebaran berita hoaks ini.

4.3.2 Faktor Politik

Penyebaran berita hoaks semakin berkembang pada musim politik, di tahun politik seperti saat ini, semakin menunjukkan pengaruh dan efek yang negatif bagi persatuan dan kesatuan bangsa. redarnya berita bohong, palsu, fitnah atau hoaks, yang menjadi konsumsi sehari-hari masyarakat, telah dianggap sebagai informasi atau berita yang benar akibat masifnya berita hoaks itu. Sementara, masyarakat juga tidak memiliki pengetahuan dan sumber yang cukup, untuk membedakan informasi atau berita yang diperolehnya benar atau salah. Ada oknum yang tidak bertanggung jawab

⁵⁶Arwah Rahman, Kepala Bidang Komunikasi dan Informasi Dinas kominfo Kota Parepare, 2019.

atas penyebaran berita hoaks ini. Untuk itu peneliti mewancarai salah satu pimpinan Dinas Komunikasi dan Informatika Arwah Rahman selaku Kepala Bidang Informasi dan Komunikasi yang mengatakan bahwa:

“Ada memang sebuah sifat manusia pada diri kita yang berkaitan dengan teori komunikasi yang namanya teori selektivitas eksposo yang mengatakan bahwa informasi itu selektif dalam pengertian tidak semua orang bisa terterpa dengan informasi itu, orang kemudian bahkan orang dengan sengaja menerpakan dirinya sebuah informasi melalui dengan tidak sesuai nilai-nilai yang dimiliki, kepentingan yang ia miliki atau bersesuaian dengan budaya dan pemahaman atau persepsi dia. Inilah kemudian melahirkan berita hoaks karena orang kemudian mengabaikan yang namanya kebenaran yang penting berita informasi itu sesuai dengan kepentingannya berkaitan dengan teori selektivitas *eksposo*. Orang sengaja memelihara hoaks ini atau membiarkan dirinya kemudian diamankan oleh berita atau informasi hoaks karena tidak sesuai dengan kepentingannya, tidak sesuai dengan nilai-nilai kelompoknya dan tidak sesuai dengan kecenderungan politiknya. Misalnya ada sebuah grup *facebook* atau *watsahp* disitu adalah grup politik pendukung ini, grup-grup ini sengaja memelihara hoaks di dalamnya tujuannya adalah memenangkan atau menghibur diri walaupun sebenarnya bukan kebenaran. Yang di istilakan *ecocambers* jadi orang sengaja menerpakan dirinya kepada sebuah informasi yang kemudian sebenarnya tidak benar informasi itu tapi informasi itu mendukung kecenderungan nilai-nilai atau mendukung kepentingan pribadi kelompoknya.”⁵⁷

Hasil wawancara di atas menggambarkan bahwa faktor penyebab seseorang bisa dalam melakukan sebuah penyebaran hoaks dikarenakan beberapa tendensi yang terjadi pada sebahagian orang. Hingga pada fenomena politik hari ini menunjukkan bahwa masih banyak orang yang menyebarkan berita yang tidak baik dikarenakan beberapa hal seperti mendukung individu yang satu sehingga individu dari sebelah terpojokkan. Oleh sebab itu melalui media seseorang jauh lebih mudah untuk menyebarkan berita hoaks tanpa melihat pihak yang dirugikan. Salah satu penyebab terjadinya berita hoaks dalam politik adalah banyaknya grup *facebook* yang berkaitan politik menyebarkan berita yang tidak benar adanya untuk menjatuhkan salah satu

⁵⁷Arwah Rahman, Kepala Bidang Komunikasi dan Informasi Dinas kominfo Kota Parepare, 2019.

lawan politiknya. Seperti yang diungkapkan oleh ibu Hj. Yuliana Kepala Seksi Pengelolaan Media Publik yang mengatakan bahwa:

“Akibat dari maraknya berita hoaks yaitu akun *facebook* dan grup-grup *facebook* yang isinya bermuatan politik salah satu pendukung calon yang menyebarkan informasi yang sifatnya menjatuhkan lawan politiknya. Dan grup *facebook* ini sering menyebarkan informasi yang tidak benar untuk menyerang lawannya sehingga kita sulit membedakan mana informasi yang benar mana yang bohong”.⁵⁸

Dalam wawancara di atas pada musim pilkada terdapat banyak grup-grup yang dimiliki calon yang digunakan menyerang lawan untuk menjatuhkan dengan menyebarkan informasi yang meresahkan beberapa pengguna media sosial. Dengan mudahnya pelaku menyebarkan ujaran kebencian dan fitnah.

4.3.3 .Faktor Ekonomi

Dalam hal ini, pengelolaan terhadap berita hoaks harus menjadi sebuah prioritas di era digital saat ini. Jangan sampai berita hoaks mengganggu kredibilitas sebuah institusi yang pada akhirnya mempengaruhi penilaian masyarakat. Karena di era digital seperti saat ini, kepercayaan publik menjadi salah satu penunjang suksesnya program pembangunan pemerintah. Oleh karena itu, sebagai masyarakat kita harus lebih kritis terhadap sebuah berita hoaks. Mulailah dengan memfilter semua informasi dengan baik, sebelum kita memforward atau memviralkannya lagi ke pihak-pihak lain. Selalulah berpikir kritis atas pihak-pihak yang dirugikan dengan adanya berita hoaks tersebut.

Bagi dunia bisnis, ketakutan masyarakat akan menyebabkan perubahan perilaku yang pada akhirnya mempengaruhi keputusan mereka dalam berkonsumsi dan berinvestasi. Sehingga pada akhirnya akan menghambat perekonomian itu

⁵⁸ Yuliana , Kepala Seksi Pengelolaan Media Publik Dinas kominfo Kota Parepare, 2019.

sendiri. Untuk itu peneliti mewawancarai Kepala Bidang Informasi dan Komunikasi Dinas Komunikasi dan Informatika Arwah Rahman yang mengatakan bahwa:

“Salah satu penyebab terjadinya hoaks yakni terkait faktor ekonomi yang menyebabkan seseorang menyebarkan hoaks akibat ingin mengambil keuntungan terkait banyaknya kasus penipuan yang mengatasnamakan suatu instansi ataupun jabatan. Seseorang ini mempengaruhi masyarakat yang bisa menjadi korbannya. Kebanyakan kasus penipuan ini melalui media sosial”⁵⁹

Hasil dari wawancara di atas menunjukkan bahwa kasus penipuan marak terjadi akibat faktor ekonomi. memilih jalan pintas untuk mendapatkan keuntungan yang secara instan tanpa memikirkan orang lain untuk menjadi sasaran korbannya dan ketidaktahuan masyarakat dalam menerima suatu informasi.

Dari wawancara di atas pengakuan salah satu masyarakat yang pernah menjadi korban penipuan yang mengatasnamakan anaknya menjadi korban kecelakaan dan mengirim sejumlah uang kepada pelaku. Atas peristiwa itu korban pun trauma dan menjadi pembelajaran kita semua untuk berhati-hati dalam menerima suatu informasi entah itu dalam bentuk sms ataupun dengan menggunakan media sosial. Peradaban dunia pada saat ini ditandai dengan fenomena kemajuan teknologi informasi dan globalisasi yang berlangsung hampir disemua sektor kehidupan. Perkembangan teknologi dan globalisasi tidak saja terjadi di negara maju, tetapi juga di negara berkembang. Saat ini teknologi informasi memegang peranan yang penting dalam perdagangan dan ekonomi antar negara-negara di dunia, termasuk memperlancar arus informasi teknologi informasi diyakini membawa keuntungan yang besar bagi negara-negara di dunia.

⁵⁹Arwah Rahman, Kepala Bidang Komunikasi dan Informasi Dinas kominfo Kota Parepare, 2019.

Setidaknya ada dua keuntungan yang dibawa dengan keberadaan teknologi informasi. *Pertama*, teknologi informasi mendorong permintaan atas produk-produk teknologi informasi itu sendiri. *Kedua*, memudahkan transaksi bisnis keuangan di samping bisnis-bisnis lainnya. Kedua keuntungan tersebut di atas menegaskan telah terjadi perubahan pola transaksi dan pola bersosialisasi masyarakat, dari cara yang konvensional ke cara elektronik yang lebih efektif dan efisien. 2) Kemajuan teknologi juga mempermudah dan mempercepat komunikasi secara elektronik di satu negara, bahkan juga antar negara.

Peristiwa-peristiwa yang terjadi di dunia dapat diketahui hanya dalam hitungan menit melalui jaringan internet. Transfer uang antar bank dengan menggunakan *e- cash* dari dalam negeri ke luar negeri dapat dilakukan lebih 1 Agus Raharjo, Perdagangan melalui internet atau yang dikenal dengan *electronic commerce (E-Commerce)* semakin meningkat. Pembayaran untuk pemesanan barang atau program komputer dapat dilakukan dengan menggunakan *credit card*. Artinya kemajuan teknologi menyebabkan dunia menjadi tanpa batas (*borderless*) dan menyebabkan perubahan sosial berlangsung secara cepat. 3) Melalui teknologi informasi seseorang dapat melakukan berbagai macam kegiatan tidak hanya terbatas pada lingkup lokal atau nasional, tetapi juga secara global bahkan internasional. Kegiatan yang dilakukan melalui internet ini merupakan kegiatan yang tanpa batas, artinya seseorang dapat berhubungan dengan siapapun yang berada di manapun dan kapanpun.

Penggunaan teknologi informasi sebagai media sosial pada saat ini sudah bukan lagi bersifat sekunder tetapi bahkan telah menjadi semacam kebutuhan primer

bagi sebagian besar masyarakat Indonesia. Terdapat beberapa aplikasi internet sebagai sarana media sosial, yaitu antara lain *Whatsapp, Facebook, Messenger, Instagram, Snapchat, UC Browser, Uber, Youtube, Share It, Bitmoji*, dan lain sebagainya. 4) Aplikasi-aplikasi media sosial tersebut di atas menjadikan seseorang tidak perlu saling bertatap muka untuk berinteraksi sosial, cukup melalui *Hand Phone* masing-masing sudah dapat melakukan interaksi sosial dengan teman atau lingkungannya. Interaksi sosial dengan lingkungan saat ini lebih dominan menggunakan aplikasi media sosial daripada bertatap muka langsung. Selain dianggap praktis, penggunaan media sosial tersebut juga tanpa batas, dan dapat dilakukan kapanpun.

Teknologi telah mengubah pola kehidupan manusia diberbagai bidang, sehingga secara langsung telah mempengaruhi munculnya perbuatan hukum baru di masyarakat. Seiring dengan perkembangan zaman saat ini, permasalahan-permasalahan atau kasus-kasus yang berkaitan dengan penggunaan teknologi semakin sering terjadi di dalam masyarakat, organisasi, bahkan dalam ruang lingkup pemerintahan. Hal ini dapat disaksikan secara langsung, maupun lewat media sosial, baik itu dari surat kabar lokal, nasional, *facebook, youtube*, dan bahkan berita nasional dan internasional menyiarkan secara langsung berbagai kasus yang terjadi setiap harinya, mulai dari kasus kecil (*sepele*), perdata, bahkan sampai dengan kasus pidana yang terjadi semakin bertambah baik itu di perkotaan maupun di pedesaan. Permasalahan atau kasus yang paling hangat pada saat ini adalah persekusi. Walaupun sudah banyak media sosial yang menyiarkan kasus-kasus persekusi dan kata-kata persekusi, namun tidak semua orang yang memahami atau mengetahuinya

Jadi dapat di pahami dari penjelasan di atas yang menunjukkan bahwa penyebaran berita hoaks kebanyakan pada situs-situs *twitter*, *youtube*, *facebook* dan media-media lainnya yang sampai hari ini membludak di masyarakat. Dengan demikian dinas komunikasi dan informatika dari berbagai sosialisasinya menunjukkan kinerja yang baik, sebagaimana wawancara yang dilakukan oleh peneliti terhadap salah satu masyarakat bernama Syahrul Hakh yang pernah ikut dalam sosialisasi oleh Dinas Kominfo. Beliau berkata bahwa:

“Penyelenggaraan yang diadakan oleh dinaskominfo kota Parepare memiliki manfaat besar pada masyarakat terkhusus pada saya pribadi sangat baik karena saya selama ini menganggap bahwa berita atau informasi yang ditayangkan dalam media secara realita bukanlah hal yang mesti diterima secara langsung. Namun, hal yang kemudian harus dilakukan adalah memilah-milah informasi dengan baik seperti dalam sosialisasi yang diadakan oleh dinas komunikasi dan informatika kota parepare saat itu menunjukkan bahwa perihal informasi pada media dalam terpaannya kepada khalayak tentu sangat buruk apalagi bila melihat fenomenal hari ini, dimana banyak masyarakat yang terpropokasi akibat dari berbagai macam informasi melau media yang kurang menoton sehingga masyarakat banyak yang bingung. Maka solusi dalam paparan melalui sosialisasi oleh dinas kominfo memberikan pemahaman terkait bagaimana tips untuk mengetahui informasi hoaks yang beredar dalam media hari ini yang tentunya menjadi sesuatu hal yang sangat bermanfaat bagi masyarakat kota Parepare khususnya.”⁶⁰

Hasil wawancara dari bapak Syahrul Hakh menunjukkan bahwa berita hoaks yang beredar dalam masyarakat sangat luar biasa bila melihat fenomenal hari ini. Sehingga inisiatif Dinaskominfo kota Parepare untuk mengadakan sosialisasi terhadap masyarakat yang dalam paparannya terkait tips-tips mengetahui berita hoaks pada media cetak maupun media informasi lainnya.

⁶⁰Syahrul Hakh, Pemuda Kota Parepare Sul-Sel, 2019.

4.4 Strategi Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Parepare dalam Menangani Berita Hoaks melakukan beberapa hal seperti:

4.4.1 Strategi penyiaran

Dinas komunikasi dan informatika kota Parepare dalam mengatasi hoaks di kota Parepare menunjukkan adanya strategi penyiaran yaitu dalam penyerahan tugas dan sistem perundingan peran yang dijalankan yaitu mensosialisasikan berbagai macam bentuk hoaks kepada masyarakat dengan tujuan menghindarkan terpaan-terpaan dari media terhadap masyarakat. Sebagaimana wawancara yang dilakukan peneliti pada pimpinan Dinaskominfo Kota Parepare dalam hal ini bapak Jumadi Mapparimeng S.E., M.M. beliau berkata bahwa:

“Dalam menangani berita hoaks ini kita lihat dulu intensnya atau isi suatu berita sebagaimana yang telah disampaikan bahwa ada beberapa alat informasi yang kami gunakan untuk menyebarkan suatu informasi menggunakan Tv peduli dan Radio peduli dengan membuat iklan masyarakat terkait berita hoaks dan menggunakan peralatan mobil keliling dan motor keliling. Sehingga kalau ada berita yang bersifat rasional atau regional itu tentunya kita pilah-pilah dan kalau misalnya setelah berita itu diteliti dan ini merupakan pos contohnya kita menyampaikan kepada masyarakat bahwa berita itu berita bohong sehingga masyarakat itu terjaga dari hal-hal yang bisa menimbulkan kekacauan. kalau ada berita regional atau rasional yang mengakibatkan simpan siur di masyarakat, maka dinaskominfo akan terjun langsung akan menyampaikan informasi yang benar kepada masyarakat Kota Parepare”.⁶¹

Hasil wawancara tersebut menunjukkan bahwa Dinas Komunikasi dan Informatika dalam menangani hoaks yang beredar di masyarakat melalui media dan forum sosialisasi dengan tujuan memberikan sebuah pemahaman terhadap masyarakat agar memilah-milah setiap informasi dalam media televisi, seperti menjelaskan contoh-contoh informasi apa saja yang masuk kategori hoaks serta cara-

⁶¹ Jumadi Mapparimeng, Kepala Dinas Komunikasi dan Informasi Dinas kominfo Kota Parepare, 2019.

cara dalam menangani hoaks serta menggunakan iklan layanan masyarakat agar terhindar dari berita hoaks. Sehingga masyarakat mampu terhindar dari hal-hal yang bisa menimbulkan kekacauan. Oleh sebab itu, Diskominfo dalam menindak lanjuti penyebaran hoaks dengan cara terjun langsung ke masyarakat. Dalam wawancara Arwah Rahman sebagai sebagai pimpinan Tv peduli beliau berkata bahwa:

“Adapun strategi yang digunakan dalam penyiaran dengan memanfaatkan media penyiaran khususnya Tv peduli dengan iklan layanan masyarakat untuk menyampaikan kepada masyarakat mengenai cara mengenali berita hoaks yang kami putar dalam sehari sebanyak 15 kali dengan durasi 1 menit. Himbauan yang disampaikan yaitu ciri-ciri mengenai berita hoaks itu sendiri. Dengan adanya iklan layanan masyarakat ini tentunya kita mengharapkan kepada masyarakat agar selalu berhati-hati dalam menerima suatu informasi yang beredar entah itu dimedia sosial maupun media *mainstream*.”⁶²

Dari hasil wawancara diatas menunjukkan bahwa salah satu strategi yang digunakan Diskominfo dalam menangani berita hoaks dengan menggunakan strategi penyiaran khususnya tv peduli dengan menggunakan iklan layanan masyarakat yang berdurasi 1 menit, dan diputar dalam sehari sebanyak 15 kali. Hal ini bertujuan untuk membantu masyarakat dalam mengenali berita yang beredar atau isu-isu yang berkembang dimasyarakat agar terhindar dari berita hoaks. Dalam bidang penyiaran publik media televisi dan Radio, dikenal adanya istilah presenter yang baik adalah mereka yang mampu membuat para penontonya larut dalam topik yang tengah dibawakan, ruang lingkup presenter cukup luas dan tebagi menjadi beberapa kategori sesuai dengan jenis serta karakter tugasnya. Sebagaimana wawancara yang dilakukan peneliti terhadap Ika Merdeka Sari Salah Satu Presenter Tv Peduli mengenai peran media dalam mengontrol berita hoaks yang mengatakan bahwa:

⁶²Arwah Rahman, Kepala Bidang Komunikasi dan Informasi Dinas kominfo Kota Parepare, 2019.

“Peran media sangat kongs sekali karena media ini sarana menyebar luaskan informasi tersebut, tapi disini mediakan seperti dua sisi mata uang ketika dia sebagai alat maka informasi yang sampaikan adalah kebenaran tetapi misalnya media hanya untuk digunakan hanya untuk menyebarluaskan hal-hal yang tidak sesuai ril maka disini media menjadi sarana yang menjerumuskan kalau di bawah ke hal yang lain tapi dalam hal ini kalau hanya keberadaan atau eksistensi dinaskominfo kemudian eksistensi Tv dan Radio atau media lokal pastinya sangat berkontribusi karena pastinya Tv lokal dibawah naungan kementerian Diskominfo karena semua berita yang akan kita filter atau di saring terlebih dahulu jadi, sejauh ini tema-tema yang diangkat ataupun berita yang disebarluaskan melalui media radio dan tv melalui Diskominfo kota Pare-pare berdasarkan fakta yang ada”⁶³

Dari hasil wawancara tersebut bahwa di atas peran media sangat berperan dalam mengontrol penyebaran berita hoaks apabila media itu digunakan sebagai alat untuk menyebarluaskan berita yang benar maka berita hoaks ini tidak akan menyebar ke masyarakat media ini akan mengklarifikasi setiap berita yang viral tersebar di media sosial agar masyarakat dapat mengetahui mana yang berita yang benar dan berita hoaks agar tidak terpengaruh terhadap berita yang tidak jelas sumbernya. Akan tetapi jika media ini memicu tersebarnya berita bohong maka media ini bersifat menjerumuskan. Kemudian Dinas komunikasi dan informatika sangat berkontribusi dalam karena tv lokal dan radio berada di naungan pemerintahan karena semua berita yang di tayangkan ataupun di sampaikan berdasarkan fakta atau bersifat ril.

Kemudian peran presenter dalam mengontrol beredarnya berita hoaks sangat berpengaruh apa yang disampaikan kepada para khalayak. Peneliti mewawancarai salah satu presenter tv peduli yakni Ika Merdeka Sari yang megatakan bahwa:

“Sebagai presenter Tv tentunya kita berperan dalam pencegahan berita hoaks, dalam penyebaran berita ini tentunya tidak semua berita kami sampaikan langsung di sebarakan tentunya ada tahapan yang dilakukan sebelum menyebarkan berita kepada masyarakat dan tentunya adanya aturan yang kita pegang dalam menyebarkan berita seperti aturan Komisi Penyiaran Indonesia harus kita jalankan sesuai aturan.”⁶⁴

⁶³ Ika Merdeka Sari, Presentar Tv Peduli Dinas Kominfo Kota Parepare, 2019.

⁶⁴ Ika Merdeka Sari, Presentar Tv Peduli Dinas Kominfo Kota Parepare, 2019.

Hasil wawancara di atas presenter berperan aktif dalam pencegahan berita hoaks dan dituntut untuk selektif dan memberitakan informasi tentunya mengikuti tahapan praproduksi, produksi dan pasca produksi, serta mengikuti aturan yang berlaku dalam prosedur Komisi Penyiaran Indonesia. Adapun strategi yang digunakan dalam radio peduli dengan menggunakan iklan layanan masyarakat. Seperti dalam wawancara Muktar selaku penanggung jawab radio peduli beliau mengatakan bahwa:

“Dalam menerima suatu informasi tentunya kita mengecek dulu atau melakukan *tabbayun* sebelum menyebarkan suatu berita yang belum diketahui kebenarannya. himbuan yang kita lakukan adalah khususnya radio peduli dengan membuat iklan layanan masyarakat. Adapun durasi iklan layanan masyarakat 1 menit hampir berada di setiap program, kita upayakan minimal diputar dalam sehari selama 8 kali.”⁶⁵

Dalam wawancara diatas upaya Diskominfo kota Parepare dalam memberantas berita hoaks atau isu-isu yang berkembang di masyarakat kota Parepare himbuan yang digunakan khususnya media Radio peduli adalah membuat iklan layanan masyarakat. Hal ini bertujuan agar masyarakat dapat mengetahui tentang berita-berita yang viral apakah berita ini benar atau tidak.

Hal tersebut sesuai dengan teori agenda setting yang mengungkapkan bahwa jika media memberikan tekanan pada suatu peristiwa, maka media itu mempengaruhi khalayak untuk menganggapnya penting, jadi media memberitahu kita harus berpikir tentang apa. Jika media memberikaan memberikan informasi kepada khalayak tentu masyarakat akan terpengaruh terhadap informasi yang belum jelas kebenarannya.

Radio adalah teknologi yang digunakan untuk pengiriman sinyal dengan cara modulasi dan radiasi elektromagnetik (gelombang elektromagnetik). Gelombang

⁶⁵Mukhtar, Kepala Radio Peduli Dinas kominfo Kota Parepare, 2019.

ini melintas, dan merambat lewat udara, dan bisa juga merambat lewat ruang angkasa yang hampa udara, karena gelombang ini tidak memerlukan medium pengangkut (seperti molekul udara). Radio dapat dikelompokkan sebagai media yang menguasai ruang tetapi tidak menguasai waktu, sedangkan media cetak menguasai waktu tetapi tidak menguasai ruang. Artinya siaran dari media televisi atau radio dapat diterima dimana saja dalam jangkauan pancarannya (menguasai ruang) tetapi siarannya tidak dapat dilihat kembali. Radio juga berpengaruh dalam media penyiaran publik dalam pencegahan berita hoaks untuk itu peneliti mewawancarai Rahma Rahim Lira sebagai salah satu penyiar di Radio Peduli yang mengatakan bahwa:

“Sebagai seorang penyiar radio kami adalah pejuang informasi sebagai agen informasi jadi misalnya kita mengetahui terjadi berita hoaks kami sebisa mungkin bisa ikut ambil untuk mengurangi peredaran berita hoaks. Seperti di Dinas Komunikasi dan Informatika khususnya di radio peduli ada larangan untuk memberitakan berita-berita yang belum jelas tidak boleh kita beritakan, dan kami juga berpegang kepada aturan Pedoman Perilaku Dan Standar Program Siaran (P3SPS) Tahun 2012 dan menjadi pedoman setiap penyiar dan penyiaran. Jadi secara garis besar harus berpegang kepada p3spss ini seminimal mungkin untuk meredam ataupun mengurangi penyebaran berita hoaks”⁶⁶

Dari hasil wawancara di atas peran penyiar dalam mengontrol beredarnya berita hoaks itu harus berhati-hati dan teliti dalam memberitakan sesuatu yang belum jelas sumbernya untuk itu selaku lembaga penyiar atau sebagai agen informasi tentunya mengikuti aturan yang sudah ada tentunya terkait aturan P3SPS Tahun 2012. Tetapi bukan hanya penyiar yang ikut serta dalam pencegahan berita hoaks ini tetapi elemen masyarakatpun ikut serta dalam upaya berperan aktif mengatasi pemberitaan hoaks ini.

⁶⁶ Rahma Rahim Lira, Penyiar Radio Peduli Dinaskominfo Kota Parepare, 2019.

4.4.2 Strategi Program

Kepemimpinan dinas komunikasi dan informatika kota Parepare dalam hal ini bapak Jumadi Mapparimeng S.E., M.M. Dalam menjalankan strategi yaitu dalam menjalankan program kerja dinas komunikasi dan informatika kota Parepare melalui jalur kordinasi kepada masyarakat dalam mengatasi penyebaran hoaks melalui forum sosialisasi dengan tujuan memberantas hoaks yang beredar agar masyarakat tidak menimbulkan masalah. Maka dinas komunikasi dan Informatika mengkordinasikan pada masyarakat secara partisipatif. Sebagaimana wawancara dari bapak kepala dinas Diskominfo Kota Parepare dalam hal ini Jumadi Mapparimeng S.E., M.M. beliau berkata bahwa:

“Program kerja kami dalam menanggulangi hoaks dengan melakukan sebuah kordinasi pada masyarakat melalui teknologi komunikasi yang digunakan dalam diskominfo kota Parepare dalam menangani berita hoaks yaitu teknologi penyiaran menggunakan Tv peduli dan Radio kemudian teknologi informatikanya dengan menggunakan website pemerintah kota yang dikelola Dinaskominfo kota Parepare maupun media sosial pemerintah kota misalnya *facebook* itu menjadi wadah sarana daalam menyebar luaskan informasi khususnya menyampaikan informasi kepada masyarakat atau mengklarifikasi isu-isu yang ada pada sistem IT yang digunakan Diskominfo kota Parepare.⁶⁷

Hasil wawancara di atas menunjukkan bagaimana kinerja dari dinas komunikasi dan informatika kota Parepare tersebut, sehingga masyarakat hari ini lebih mudah menjangkau informasi-informasi yang disampaikan oleh dinas komunikasi dan informatika kota Parepare agar kemudian tidak timbul masalah dalam masyarakat serta membantu dinas komunikasi dan informatika kota Parepare dalam mengatasi berita hoaks melalui penyebaran informasi pada khalayak.

Jadi, dapat di pahami bahwa dinas komunikasi dan informatika dalam mengatasi berita hoaks seperti yang dijelaskan oleh kepala Diskominfo kota Parepare

⁶⁷Jumadi Mapparimeng, Kepala Dinas Komunikasi dan Informasi Kota Parepare, 2019.

menunjukkan bahwa mengatasi hoaks tentu dengan memakai beberapa jalur strategi yang direalisasikan oleh Diskominfo kota Parepare seperti Strategi program yaitu dalam penyerahan tugas dan sistem perundingan peran yang dijalankan yaitu mensosialisasikan berbagai macam bentuk hoaks kepada masyarakat dengan tujuan menghindarkan terpaan-terpaan dari media terhadap masyarakat dan Strategi program yaitu dalam menjalankan program kerja Diskominfo kota Parepare melalui jalur kordinasi kepada masyarakat dalam mengatasi penyebaran hoaks melalui forum sosialisasi dengan tujuan memberantas hoaks yang beredar agar masyarakat tidak menimbulkan masalah.

Maka dengan demikian hoaks yang tersebar dalam masyarakat menjadi sesuatu hal yang memungkinkan timbulnya tendensi masalah. Oleh sebab itu, dalam sosialisasi Dinas komunikasi dan informasi melalui paparannya membuat masyarakat lebih mudah dalam menghadapi hoaks yang beredar.

Diskominfo kota Parepare meluncurkan program retas hoaks yang bertujuan untuk menangani maraknya berita hoaks yang berkembang di masyarakat. Sebagaimana wawancara kepala bidang informasi dan komunikasi publik Arwah rahman yang mengatakan bahwa:

“Retas hoaks secara kronim parepare retas hoaks, adalah bentuk komitmen masyarakat kota Parepare dalam melawan informasi hoaks atau informasi bohong. Sementara secara filosofi itu retas menurut dalam kamus bahasa Indonesia memutus, merusak, atau memecah mata rantai dalam konteks retas hoaks disini adalah bagaimana memutus, merusak, memecah mata rantai penyebaran informasi hoaks yang marak berkembang dimasyarakat.”⁶⁸

Dalam wawancara diatas menunjukkan bahwa Diskominfo meluncurkan program retas hoaks yang bertujuan memutus, merusak, ,memecah mata rantai dalam

⁶⁸Arwah Rahman, Kepala Bidang Komunikasi dan Informasi Dinas kominfo Kota Parepare, 2019.

konteks retas hoaks penyebaran informasi hoaks yang berkembang dimasyarakat. Dengan adanya program retas hoaks ini tentu sangat membantu masyarakat terkait maraknya berita bohong yang berkembang, sebagai salah satu bentuk komitmen masyarakat untuk melawan informasi hoaks atau informasi bohong. Berikut beberapa program retas hoaks Diskominfo kota Parepare. Ini merupakan program baru Diskominfo tahun 2019. Program penanganan informasi hoaks yang harus ditangani oleh diskominfo kota Parepare dan ini merupakan Satuan Kerja Pelaksana Daerah (SKPD) yang diusulkan oleh selaku kepala bidang informasi dan komunikasi publik.

4.4.2.1 Iklan layanan masyarakat

Salah bentuk upaya yang dilakukan oleh diskominfo kota Parepare membuat program iklan layanan masyarakat ini merupakan literasi kepada masyarakat terkait maraknya informasi hoaks yang berkembang dimasyarakat kota Parepare. Berikut dalam wawancara wawancara kepala bidang informasi dan komunikasi publik Arwah rahman yang mengatakan bahwa:

“Program pertama adalah iklan layanan masyarakat. Adapun tujuan untuk dalam rangka literasi kepada masyarakat tentang bahaya hoaks, bagaimana mengenali hoaks atau ciri-ciri hoaks adapun iklan ada di tv peduli dan ada juga di radio peduli. Durasi iklan layanan masyarakat ini satu menit dan dalam sehari itu diputar sebanyak 15 kali.”⁶⁹

Hasil wawancara menunjukkan bahwa, Diskominfo kota Parepare program iklan layanan masyarakat sebagai bentuk literasi kepada masyarakat untuk menagani informasi hoaks yang berkembang. Dengan adanya program iklan layanan masyarakat ini merupakan antisipasi kepada masyarakat tentang mengenali berita yang sedang viral atau isu-isu yang berkembang di masyarakat agar mengecek berita tersebut terlebih dahulu sebelum menyebarkan informasi tersebut. Berikut dalam

⁶⁹Arwah Rahman, Kepala Bidang Komunikasi dan Informasi Dinas kominfo Kota Parepare, 2019.

wawancara pak syahril sebagai penanggung jawab TV peduli yang mengatakan bahwa:

“Program yang kita gunakan sebagai salah satu bentuk antisipasi terkait informasi hoaks yang berkembang di masyarakat adalah mengandalkan iklan layanan masyarakat. Dengan adanya iklan layana ini bertujuan memberikan pemahaman kepada masyarakat agar berhati-hati dalam menerima suatu informasi yang belum jelas asalnya dan isu-isu yang berkembang dimasyarakat.”⁷⁰

Berdasarkan wawancara tersebut menunjukkan bahwa Diskominfo kota Parepare membuat iklan layanan masyarakat sebagai bentuk untuk mencegah atau memutus informasi yang berkembang dan memberikan informasi kepada masyarakat agar berhati-hati dalam menerima suatu informasi yang berkembang.

4.4.2.2. Membuat program acara *Talk Show*

Talk Show merupakan salah satu jenis acara televisi atau radio di lembaga Diskominfo kota Parepare yang berupa perbincangan atau diskusi seorang atau sekelompok orang “tamunya” tentang suatu topik tertentu (atau beragam topik) dengan dipandu oleh pemandu gelar wicara. Sebagaimana wawancara yang dilakukan oleh peneliti terhadap Pak Arwah Rahman, beliau berkata:

“Program *talk show* retas hoaks merupakan salah satu program yang kita gunakan dengan menghadirkan narasumber kredibel yang kompeten membahas isu-isu terkait informasi yang perlu dibahas secara komprehensif sehingga tidak menjadi hoaks, kalau ada isu-isu yang berkembang dimasyarakat dan menjadi perhatian publik secara luas maka itu akan dimasukkan menjadi tema *talk show* retas hoaks.”⁷¹

Berdasarkan hasil wawancara tersebut menunjukkan bahwa lembaga Diskominfo kota Parepare dalam program pelaksanaan *Talk Show* menghadirkan pembicara yang kompeten membahas isu-isu berupa hoaks yang berkembang di

⁷⁰Syahril, Penanggung Jawab TV Peduli, Kota Parepare, 2019.
⁷¹Arwah Rahman, Kepala Bidang Komunikasi dan Informasi Dinas kominfo Kota Parepare, 2019.

masyarakat dengan tujuan menghadirkan kesadaran masyarakat terkait pemberitaan atau informasi-informasi yang tidak jelas. Mengangkat isu-isu yang berkembang di masyarakat sehingga tidak menjadi hoaks dengan menghadirkan narasumber yang kompeten dengan tujuan persoalan-persoalan yang menjadi perhatian publik bisa dijelaskan secara komprehensif sehingga tidak menimbulkan simpang siur informasi yang berpotensi ke dalam hoaks itu maupun isu-isu nasional atau isu-isu yang sifatnya lokal atau regional. Berikut peneliti mewawancarai salah satu *audience Talk Show* yang mengatakan bahwa:

Kegiatan ini merupakan kegiatan rutin yang kita lakukan agar membahas isu-isu yang berkembang di masyarakat, serta dapat mengklarifikasi informasi yang sedang hangat di perbincangkan di khususnya di masyarakat kota Parepare.

Dalam wawancara menunjukkan bahwa program *Talk Show* Ini sangat membantu masyarakat terkait pemberitaan media *mainstream* yang menjadi perbincangan masyarakat atau berita yang masih menjadi simpang siur. Untuk itu kegiatan ini dalam kegiatan *Talk Show* ini sangat memberikan informasi-informasi yang sedang diperbincangkan di masyarakat.

4.4.2.3. Membentuk Media informasi dan Edukasi (KIE)

Program Diskominfo kota Parepare dalam memecah atau memutus informasi hoaks yang berkembang dengan membentuk media informasi dan edukasi. Media komunikasi dan edukasi dalam bentuk leaflet dan menyampaikan pengetahuan tentang berita-berita yang mengandung hoaks yang berkembang di masyarakat Sebagai salah satu program retas hoaks. Berikut wawancara Bapak Arwah Rahman sebagai Kepala Bidang Komunikasi dan Informasi beliau berkata bahwa:

“Program ini berisi pesan-pesan tentang bahaya hoaks masyarakat peduli edukasi literasi bahwa informasi yang ada di media khususnya di media sosial itu tidak semuanya benar. Disana mempunyai informasi sengaja

dicipta untuk kepentingan-kepentingan tertentu yaitu kepentingan bisnis, politik maupun hal lain yang berbau kebohongan.”⁷²

Hasil wawancara menunjukkan bahwa kepala bidang informasi dan komunikasi publik dalam memecah atau memutus informasi hoaks dengan membentuk media informasi dan edukasi sebagai alat untuk mencegah terjadinya hoaks yang berkembang di masyarakat. media informasi dan edukasi ini memberikan klarifikasi terhadap informasi yang berbau hoaks terkhusus di media sosial yang mengandung berita-berita kepentingan bisnis, politik maupun hal lain.

Dengan adanya media ini tentu memberikan masyarakat perlu mengklarifikasi setiap berita yang sifatnya masih simpang siur yang berhubungan dengan bisnis maupun politik.

4.4.2.4. Komunitas Berantas Hoaks “Aku Cinta Parepare”

. Grup Aku Cinta Parepare ini merupakan Grup *Facebook* yang populer di kota Parepare dengan memberikan solusi-solusi dan memecahkan permasalahan-permasalahan yang ada di tengah masyarakat kota Parepare, admin grup ini di bawah pengurus (admin) Ir. Sudirman Andi parenrengi, Handy Hidayat, Dian Rahman dan Hasrul Akbar yang sampai saat ini Grup ACP memiliki 9446 anggota. Salah satu tujuan dibentuknya Grup ini sebagai alat untuk mendeteksi berita hoaks khususnya di media sosial.

Upaya pemberantasan hoaks atau berita bohong terus di jengot Dinas Komunikasi dan Informatika kota Parepare. Dinas komunikasi dan informatika menggelar literasi digital, kini melakukan pengukuhan dan Deklarasi Komunitas Cinta Parepare Anti Hoaks, sebagai pilot project gerakan masyarakat Parepare

⁷²Arwah Rahman, Kepala Bidang Komunikasi dan Informasi Dinas kominfo Kota Parepare, 2019.

berantas hoaks tahun 2019, dengan melibatkan Admin Grup Aku Cinta Parepare (ACP) yang tergabung dalam salah satu Grup media sosial. Untuk itu peneliti mewawancarai Kadis Komunikasi dan informatika kota Parepare beliau mengatakan bahwa:

“Program Komunitas Aku Cinta Parepare ini merupakan salah satu bentuk inovasi yang dilakukan Bidang Komunikasi dan Informasi Publik yang telah bersinergi dengan komunitas Aku Cinta Parepare untuk memerangi berita hoaks yang ada. Dan merupakan bentuk upaya untuk membantu pemerintah agar selalu menjadi garda terdepan untuk memberikan informasi-informasi yang benar dan menyaring sebelum menyebarkannya.”⁷³

Hasil wawancara Kadis komunikasi dan informatika kota Parepare program komunitas Aku Cinta Parepare ini merupakan salah satu bentuk program pemerintah dalam memerangi berita bohong yang ada, terkhusus di media sosial dengan melibatkan masyarakat untuk berpartisipasi dalam memerangi berita hoaks. Program retas hoaks ini merupakan langkah dalam mengatasi berita yang tersebar di masyarakat adapun pengagas program Parepare berantas hoaks oleh Kepala Bidang Informasi dan Komunikasi Publik Bapak Arwah rahman yang mengatakan bahwa:

“Program ini salah satu upaya untuk meningkatkan keterlibatan masyarakat bagaimana menanggapi dan memberantas maraknya peredaran berita bohong atau hoaks di media sosial, khususnya di kota Parepare. Persoalan hoaks di media sosial harus menjadi perhatian bersama, dan upaya bersama untuk menekan, kalau perlu kita hilangkan di kota Parepare ini, dengan melibatkan teman-teman dari admin akun Facebook ACP (Aku Cinta Parepare). Keterlibatan masyarakat ini tentu sangat membantu pemerintah dalam memerangi hoaks di media sosial serta mengajak Komunitas Gerakan Masyarakat Retas Hoaks (Germas) pembentukan ini dalam bentuk pilot project kota Parepare.”⁷⁴

Dari hasil wawancara menunjukkan bahwa dalam program komunitas Aku Cinta Parepare bertujuan untuk meningkatkan secara keterlibatan masyarakat

⁷³ Jumadi Mapparimeng, Kepala Dinas Komunikasi dan Informasi Dinas kominfo Kota Parepare, 2019.

⁷⁴ Arwah Rahman, Kepala Bidang Komunikasi dan Informasi Dinas kominfo Kota Parepare, 2019.

bagaimana menanggapi dan memberantas maraknya peredaran berita bohong di media sosial khususnya di kota Parepare. Serta mengajak Komunitas Gerakan Masyarakat Reatas hoaks sebagai pilot project dan memiliki surat keputusan Wali Kota mereka ditunjuk sebagai pilot project. Untuk mengurangi berita hoaks yang berkembang di masyarakat. dalam mengajak sejumlah komunitas ini bisa menjadi alat untuk penyebaran berita hoaks yang palig banyak di media sosial karna pengguna media sosial di Sulawesi selatan yang paling familiar adalah *Facebook*. Komonitas Aku Cinta Parepare ini mempunyai banyak pengikut. Dan langkah ini peran admin dalam memberantas hoaks sangat signifikan dan merupakan langkah strategis untuk memberantas hoaks khusunya di media sosial. Untuk itu penelti mewawanrai admin Grup ACP (Aku Cinta Parepare) bapak Dian Rahman beliau mengatakan bahwa:

“Program retas hoaks yang dilakukan Diskominfo kota Parepare ini perlu di apresiasi dalam memerangi maraknya berita hoaks khususnya di media sosial dengan adanya Grup Aku Cinta Parepare (ACP) sebagai alat untuk memerangi berita hoaks dan akan memberikan klarifikasi terhadap isu-isu yang sedang hangat di perbincangkan di media *meanstream* maupun di media sosial. Apabila ada berita-berita yang berbau hoaks maka kami sampaikan masyarakat bahwa beria tersebut berita bohong.”⁷⁵

Dari hasil wawancara menunjukkan bahwa akun grup Aku Cinta Parepare (ACP) ini sebagai alat untuk memerangi maraknya berita yang berkembang di masyarakat terkhusus di kota Parepare. Karna persoalan berita hoaks ini harus menjadi perhatian bersama, keterlibatan masyarakat dalam menanggapi dan memberantas maraknya peredaran berita bohong atau hoaks.tentunya keterlibatan ACP)Aku Cinta Parepare) dan teman-teman dengan pemerintah daerah dalam memerangi hoaks di media sosial atau di tengah-tengah masyarakat sangat membantu.

⁷⁵Dian Rahman, Admin Grup Aku Cinta Parepare, 2019.

4.4.2.5 Kelompok Informasi masyarakat (KIM)

Kemampuan literasi media wajib dimiliki setiap lapisan masyarakat. Khususnya kelompok informasi masyarakat (KIM) Dinas Komunikasi dan Informatika kota Parepare yang aktif memberikan informasi. Berdasarkan Keputusan Wali kota Parepare 490/330/2018 tentang pembentukan kelompok informasi masyarakat kota Parepare. Terbentuknya kelompok informasi masyarakat sebagai wujud kepedulian pemerintah dalam melindungi masyarakat dari berbagai informasi yang dapat merugikan masyarakat itu sendiri. Kelompok informasi masyarakat (KIM) merupakan kelompok pemberdayaan masyarakat yang dibentuk oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika yang memiliki cakupan di tingkat kecamatan/lurah. Berdasarkan peraturan menteri Komunikasi dan Informatika RI Nomor 22 /PER/M.KOMINFO/12/2010 Tentang Standar Pelayanan Minimal Bidang Komunikasi dan Informatika di Kabupaten/Kota menyebutkan pengertian KIM:

“Kelompok informasi Masyarakat, yang disebut KIM, adalah kelompok yang dibentuk oleh masyarakat, dan untuk masyarakat secara mandiri dan kreatif yang aktivitasnya melakukan kegiatan pengelolaan informasi dan pemberdayaan masyarakat dalam rangka meningkatkan nilai tambah.”⁷⁶

Jadi, KIM dibentuk sebagai pemberdayaan masyarakat untuk meningkatkan nilai tambah yang perannya sebagai penyalur informasi. Adapun konten informasi yang menjadi rujukan KIM adalah informasi yang dibutuhkan oleh masyarakat. sebagaimana KIM dibentuk oleh masyarakat, dari masyarakat dan untuk masyarakat, sehingga konten informasi diambil dari sumber yang dapat dipertanggungjawabkan.

⁷⁶Kementerian Hukum dan HAM. “Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika RI Nomor 22/PER/M.KOMINFO/12/2010 Tentang Standar Pelayanan Minimal Bidang Komunikasi dan Informatika di Kabupaten/Kota, “*Offisial Website Kementerian Hukum dan HAM, [Http://ditjenpp.kemenkumham.go.id/bn/2010/bn251-2010.pdf](http://ditjenpp.kemenkumham.go.id/bn/2010/bn251-2010.pdf)*”

4.4.2.5.1 Tugas dan Fungsi KIM

KIM tidak hanya bertanggung jawab terhadap informasi yang sampai di masyarakat. namun KIM memiliki visi yaitu terwujudnya masyarakat informasi yang dinamis sebagai dasar bagi terbentuknya madani dan sehat, cerdas, terampil, kreatif, inovatif, produktif, mandiri dan berbudaya tinggi. Misinya adalah menegembangkan, memberdayakan, memfasilitasi dan mendinaminasi pelayanan informasi melalui diseminasi informasi untuk anggota masyarakat. Berikut tugas KIM

1. Wahana untuk penerimaan, pengelolaan dan penyebaran informasi pemerintahan dan pembangunan kepada masyarakat
2. Wahana interaksi dan berkomunikasi antar masyarakat/anggota KIM, antara masyarakat/anggota KIM dengan pemerintah.
3. Peningkatan media literasi di lingkungan anggota
4. Lembaga swadaya masyarakat yang memiliki dampak dan nilai ekonomis melalui pengelolaan informasi
5. Ajang silaturahmi antar anggota masyarakat dan antara masyarakat dan pemerintah untuk memperkokoh kebersamaan, persatuan dan kesatuan.

Adapun tugas KIM diantaranya:

1. Mewujudkan masyarakat yang dinamis, peduli dan peka terhadap arus informasi
2. Memberdayakan masyarakat agar memiliki kecerdasan dan mencerna, memilih dan memilah informasi yang menjadi kebutuhannya untuk meningkatkan kesejahteraan hidupnya.
3. Menjadikan KIM sebagai katalisator dan diamisator dalam memelihara dan meningkatkan semangat kegotongroyongan dan kebersamaan dalam masyarakat.

Salah satu program Diskominfo kota Parepare dalam memerangi berita hoaks dengan menggunakan grup Kelompok Informasi Masyarakat (KIM). Hal tersebut disampaikan oleh Kepala Bidang Informasi dan Komunikasi Publik Arwah

Rahman beliau mengatakan bahwa:

“Mengadakan program retas hoaks juga dilibatkan kelompok sosial di masyarakat dengan melibatkan para opening lieder, untuk itu untuk strategis atau efektifnya masalah penenganan hoaks ini di media sosial dan di masyarakat dengan mengadakan kegiatan dengan Komunitas Informasi Masyarakat (KIM) yang telah terbentuk sejak tahun 2013. KIM ini berada di semua kelurahan dan dalam satu kelurahan itu sebanyak lima orang yang diberikan Surat Keputusan oleh Wali Kota Parepare. Kita libatkan dengan pertemuan literasi digital pertemuan yang melibatkan seluruh anggota KIM

kota Parepare dengan memberikan pemahaman kepada anggota KIM itu sebagai simpul informasi di masyarakat. tujuan melibatkan anggota KIM adalah simpul informasi dan harapannya apa yang mereka dapat itu bisa di sampaikan ke masyarakat khususnya yang berada di keluarahan masing-masing. Kalau ada permasalahan-permasalahan di masyarakat itu mereka menjadi tempat bertanya atau mengonfirmasikan semua masalah atas hal-hal yang masih bingung maka mereka bertanya di KIM.”⁷⁷

Dari hasil wawancara menunjukkan bahwa dalam penanganan berita hoaks Diskominfo kota Parepare juga melibatkan Komunitas Informasi Masyarakat (KIM) sebagai tempat untuk memberikan informasi kepada masyarakat dan tempat bertanya terhadap berita yang masih di diperdebatkan atau permasalahan-permasalahan yang ada. Dengan adanya kelompok *opening leader* ini atau para anggota KIM sangat membantu masyarakat dan merupakan salah satu alat Diskominfo dalam menangani berita bohong yang berkembang dan sebagaimana KIM dibentuk oleh masyarakat, dari masyarakat dan untuk masyarakat, sehingga konten informasi yang disampaikan diambil dari sumber yang dapat dipertanggungjawabkan. Dalam beberapa tahun dengan adanya Komunitas Informasi Masyarakat ada beberapa permasalahan-permasalahan yang telah di konfirmasi kebenarannya. Hal tersebut diungkapkan oleh Kepala KIM kota Parepare yang mengatakan bahwa:

“Dalam menangani berita hoaks khususnya di media sosial tentunya kita upayakan masyarakat kota Parepare terhdar dari berita-berita yang sifatnya masih dipertanyakan atau berita yang hangat diperbincangkan di masyarakat. apabila ada beria yang belum jelas kebenarannya pasti kita kan memberikan klarifikasi kepada masyarakat. Karena tugas KIM itu memberikan informasi kepada masyarakat dengan menggunakan media sosial maupun secara langsung di masyarakat.

Pernyataan informan menunjukkan bahwa tugas Kim memiliki tugas menyampaikan informasi sebagaimana layaknya seorang wartawan. Beberapa informasi sering disebarakan anggota KIM. Baik itu melalui media sosial maupun

⁷⁷Arwah Rahman, Kepala Bidang Komunikasi dan Informasi Dinas kominfo Kota Parepare, 2019.

secara langsung ke masyarakat. dengan adanya KIM ini tentunya sangat membantu pemerintah dalam upaya pemberantasan hoaks di media sosial

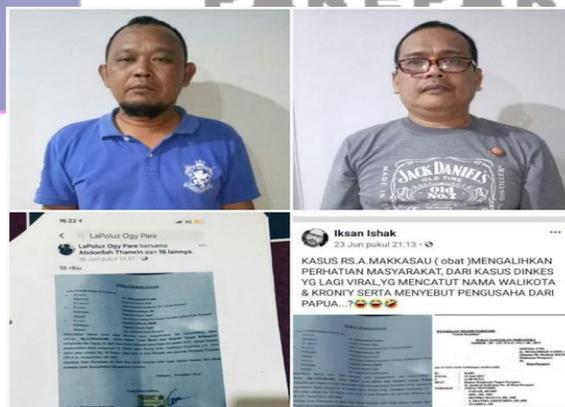
KIM sebagai duta informasi, haruslah menjadi garda terdepan dalam penanganan berita hoaks. Berikut berita hoaks yang beredar di kota Parepare

Gambar 2.2 Kategori Berita Hoaks



Faktanya, video yang dimuat dalam postingan tersebut bukan kejadian angin monsun di Kota Parepare, melainkan video bencana angin puting beliung yang terjadi di Kecamatan Rancaekek, Kabupaten Bandung.

Gambar 2.3 Kategori Berita Hoaks



Pemilik akun *Facebook* La Polus Ogy Pare penyebar berita hoaks dengan memposting surat pernyataan tantang penenrimaan uang sebesar 1,5 Milyar, yang melibatkan nama Wali Kota Parepare. Hal itu sangat merugikan nama baik dari Taufan Pawe selaku Wali Kota Parepare dan mengatakan berita tersebut hoaks.



BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Setelah memperhatikan uraian penelitian, hasil temuan penelitian dan pembahasan mengenai Strategi Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Parepare dalam menangani berita hoaks di lembaga penyiaran publik. Maka penelitian ini dapat disimpulkan bahwa.

5.1.1. Diskominfo Kota Parepare sebagai pemberdayaan masyarakat meningkatkan nilai tambah sebagai penyalur informasi dalam mengurangi atau mencegah berita hoaks yang berkembang, bentuk konten hoaks pada gambar 37,5% hal ini diakibatkan masyarakat menyukai hal-hal yang menghebohkan pada dasarnya sangat berbahaya, karena ini bisa menjadi perilaku. penyebaran berita hoaks sangat rentan terjadi hal tersebut dengan perkembangan teknologi yang semakin canggih. Penyebaran berita hoaks berbagai macam dilakukannya dengan menyebar video yang ingin meresahkan masyarakat. hal ini diperkuat dengan penelitian yang dilakukan oleh menurut penelitian dari Atik Astrini (2007) bahwa bentuk konten yang diterima responden sebanyak 0,4%.

5.1.2. Faktor Teknologi informasi penyebaran berita hoaks ini terjadi akibat faktor teknologi informasi yang sangat pesat Perkembangan teknologi informasi mengakibatkan mudahnya seseorang menggunakan media sosial menjadikan alat untuk menyampaikan suatu informasi yang tidak benar yang mengakibatkan penyebaran berita hoaks di kalangan masyarakat. Seperti saat ini semua orang menjadi komunikator dalam upaya menyebarkan suatu informasi tidak adanya

control suatu informasi. Faktor politik penyebab seseorang bisa dalam melakukan sebuah penyebaran hoaks dikarenakan beberapa tendensi yang terjadi pada sebahagian orang. Oleh sebab itu melalui media seseorang jauh lebih mudah untuk menyebarkan berita hoaks tanpa melihat pihak yang dirugikan. Salah satu penyebab terjadinya berita hoaks dalam politik adalah banyaknya grup facebook yang berkaitan politik menyebarkan berita yang tidak benar adanya untuk menjatuhkan salah satu lawan politiknya. Faktor Ekonomi salah satu penyebab munculnya berita hoaks yakni adanya faktor ekonomi sehingga seseorang melakukan perbuatan yang tidak sepatasnya. menyebarkan berita yang menunjukkan bahwa kasus penipuan marak terjadi akibat faktor ekonomi memilih jalan pintas untuk mendapatkan keuntungan yang secara instan tanpa memikirkan orang lain untuk menjadi sasaran kobannya dan ketidaktahuan masyarakat dalam menerima suatu informasi.

5.1.3. Strategi Penyiaran

Dikominfo kota Parepare dalam menjalankan strategi penyiaran dengan menggunkan iklan layanan masyarakat dengan mengandalkan media yang ada didalamnya yaitu TV peduli dan Radio peduli. Diskominfo kota Parepare program iklan layanan masyarakat sebagai bentuk literasi kepada masyarakat untuk menagani informasi hoaks yang berkembang. Dengan adanya program iklan layanan masyarakat ini merupakan antisipasi kepada masyarakat tentang mengenali berita yang sedang viral atau isu-isu yang berkembang di masyarakat agar mengecek berita tersebut terlebih dahulu sebelum menyebarkan informasi tersebut.

5.1.4. Strategi Program

Diskominfo kota Parepare dalam menangani berita hoaks dengan meluncurkan program “Retas Hoaks” adapun program tersebut yaitu:

1. Program Iklan layana Masyarakat
2. Program Talk Show
3. Media Komunikasi dan Edukasi (KIE)
4. Mengajak Grup Facebook Aku Cinta Parepare (ACP) dan Komunitas Gerakan Masyarakat (Germas)
5. Kelompok Informasi Masyarakat (KIM)

5.2 Saran

Beberapa saran yang dianggap perlu dan berguna menurut penulis yaitu sebagai berikut:

5.2.1 Diharapkan bagi kepala dinas komunikasi dan informatika kota Parepare untuk lebih meningkatkan kinerjanya akan pentingnya mensosialisasikan secara menyeluruh agar semua masyarakat bisa paham dan menerima dengan baik apa-apa yang kemudian menjadi sesuatu hal yang perlu untuk diketahui, dalam hal ini tips atau cara mengetahui hoaks. Hingga dengan demikian masyarakat akan jauh dari pengaruh pemberitaan hoaks yang sampai hari ini menjadi hal yang menguntungkan dari golongan tertentu namun merugikan golongan lainnya.

5.2.2 Peningkatan Fasilitas Dinas Komunikasi dan Informatika dalam meningkatkan pencegahan penyebaran berita hoaks di lembaga penyiaran publik.

5.2.3 Diharapkan Bagi peneliti selanjutnya agar melakukan penelitian dengan mengambil pokok permasalahan yang berbeda dan menggunakan pedoman wawancara yang tersusun secara sistematis agar mendapatkan hasil yang maksimal.



DAFTAR PUSTAKA

- Ahyad M. Ravii Marwan. 2007. ("Analisis Penyebaran Berita Hoax Di Indonesia") Skripsi Sarjana; Jurusan Ilmu Komuniaksi: Jakarta.
- al-Farran Syeik Ahmad Bin Mustafa. 2007. *Tafsir Imam Syafi'*. Jakarta: Almahira.
- Artanti Aprilia Winda. 2018. "Gerakan Anti Hoax Di Media Sosial (Studi kasus Media Facebook, Forum Anti Fitnah, Hasus Dan Hoax Dalam Melawan Informasi Hoax)": Surakarta.
- Arsyad, 2019. "Dua Pemilik Akun Facebook Penyebar Berita Hoax Di Parepare Diamankan Polisi". Saudagar Inspirasi Parepare. 29 Agustus 2019. <https://www.saudagarnews.id/sulsel/baca/10712/dua-pemilik-akun-facebook-penyebar-berita-hoax-di-parepare-diamankan-polisi> (29 Agustus).
- Basrowi dan suwandi. 2008. *Memahami Penelitian Kualitatif* (Jakarta: PT Reneka Cipta.
- Bugin. 2010. *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekenomi, Kebijakan Publik, Dan Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana Predana Media Grup.
- Canggara Hafied. 2011. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Crhristiany Juditha. 2018. "Interaksi Komunikasi Hoax di Media Sosial Serta Antasipasinya", Jakarta: Jurnal Pekommas 3, no. 3.
- Departemen Agama RI, 2009. *Al-Quran dan Terjemahnya* (Bandung: Pt. Sygma Examedia Arkanleema,
- Dahlan Thamrin. 2016. *Bukan Hoax*. Jakarta: Peniti Media.
- Muslim Dakwah. 2019. "Hadist Tentang Kejujuran ." Situs Resmi Muslim Dakwah <https://www.muslimdakwah.com/2017/10/hadist-tentang-kejujuran.html> (diakses tanggal 13 February.
- Emzir. 2011. *Metodologi Penelitian Kualitatif analisis data*. Cet. 2; Jakarta: Rajawali Pers.
- Fathurrohman dan M. Sobry Sutikno. 2014. *Strategi Belajar Mengajar Melalui Konsep Umum & Islami* Cet. 6; Bandung: PT. Refika Aditama.
- Herdinsyah Haris. *Wawancara Observasi dan Fokus Group*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Idris Idnan A. 2018. *Klarifikasi Al-qura'an Atas Berita Hoax*. Jakarta: Pt Elex Media Kompotindo.

- Khallaf Abdul Wahab. 1994. *Ilmu Ushul Fiqih*. Semarang: Dina Utama.
- Mansyah Budi. 2017. “Fenomena Berita Hoax Sosial Media Facebook Dalam Menghadapi Pemilihan Umum Gubernur DKI Jakarta” (Skripsi Sarjana; Jurusan Ilmu Komunikasi : DKI Jakarta).
- Mansyah Burhan Mansyah. *Metode penelitian kualitatif* . Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Maulidar. 2007. (“Strategi pemograman Radio Fas 103,7 FM Untuk Meanarik minat Pendengar”) Skripsi Sarjana; Jurusan Ilmu Komunikasi.
- Moleong Lexy J. 2009. *Metodelogi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Morissan. 2014. *Teori Komunikasi Invidi Hingga Massa*. Jakarta: Kencana.
- Mukti Ali. 2017. *Melawan Hoax di media sosial dan Media Massa*. Yogyakarta: Trusmedia Publishing.
- Munajat Makhrus. 2004. *Dekonstruksi Hukum Pidana Islam*, Yogyakarta : Logung Pustaka.
- Nafi M. Zidni. 2018. *Menjadi Islam Menjadi Indonesia*, Jakarta: PT Elex Media Komputindi.
- P.C.S Sutisno. 1993. *Pedoman Praktis Penulisan Skenario Televisi dan Vidio*. Jakarta: PT Gramedia Widiasarana.
- Partodihardjo Soemarno. 2008. *Tanya Jawab Sekitar UUD No.11 Tahun 2008 Tentang Transaksi Elektronik*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Rahman Muhammad Taufiq. 2008. “Hoax Di Media Sosial Facebook Dan Twiter Perspektif Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik Dan Hukum Islam” (Skripsi Sarjana; Jurusan Hukum Keluarga Islam: Tulungagung).
- Siagian Sondong. 1986. *Analisis Serta Perumusan Kebijakan dan Strategi Organisasi*. Cet. 2; Jakarta: PT Gunung Agung.
- Steiner dan Miner. 1997. *Manajemen Stratejik*. Jakarta: Erlangga.
- Sudarwan Danim. 2002. *Menjadi Peneliti Kualitatif* . Bandung: CV Pustaka Setia.
- Sukardi. 2009. *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Supratikno Hendrawan. 2003. *Advance Strategic Management; Back to Approach*. Jakarta: PT. Gravindo Utama.
- Susarso Agus. 2006. *Pendidikan Kewarganegaraan*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

Syaifullah.Ilham 2018. “(Fenomena Hoax Di Media Sosial Dalam Pandangan Hermeneutika)” Skripsi Sarjana; Jurusan Pemikiran Islam,; Surabaya.

Usman Husaini. 2009. *Metodologi Penelitian Sosial*, (Jakarta: Bumi Aksara.

Uchyana Onong. 1992. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Cet.4; Bandung: PT Remaja Rodaskarya.

Werner J. Severin , James W. Tarkard. Jr. 2009. *Teori Komunikasi Sejarah, Metode, dan Terapan di Dalam Media Massa*. Jakarta: Kencana.



LAMPIRAN



PEDOMAN WAWANCARA

NO.	Indikator	Pertanyaan
1.	Gambaran Pandangan Islam terkait penyebaran berita hoaks	a. Bagaimana hukum penyebaran berita hoaks dalam pandangan Islam? b. Apa langkah-langkah dalam mengatasi penyebaran berita hoaks dalam pandangan Islam?
2.	Faktor-faktor penyebab terjadinya berita hoaks	a. Apa penyebab terjadinya berita hoaks? b. Bagaimana cara mengenali berita hoaks? c. Bagaimana cara agar terhindar dari berita hoaks?
3.	Strategi Dinas komunikasi dan informatika dalam menangani berita hoaks di lembaga penyiaran publik	a. Bagaimana mekanisme yang digunakan Diskominfo kota Parepare dalam menangani berita hoaks? b. Siapa yang berperan dalam menangani berita hoaks? c. Bagaimana metode yang digunakan Diskominfo Kota Parepare dalam menangani berita hoaks di lembaga penyiaran publik? d. Apakah strategi Diskominfo Kota Parepare dalam menangani berita hoaks memiliki dampak kestabilan dalam ruang lingkup masyarakat Kota Parepare?



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PAREPARE
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH**

Jalan Amal Bakti No. 8 Soreang, Kota Parepare 91132 Telepon (0421) 21307, Fax. (0421) 24404
PO Box 909 Parepare 91100 website: www.iainpare.ac.id, email: mail@iainpare.ac.id

Nomor : B-075 /In.39.7/07/2019
Lamp : -
Hal : **Izin Melaksanakan Penelitian**

Parepare, 10 Juli 2019

Kepada Yth.
Walikota Parepare
Cq. Badan Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu
Di-
Tempat

Assalamu Alaikum Wr. Wb.

Dekan Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare menerangkan bahwa :

Nama : Asriadi
Tempat/Tgl. Lahir : Palu/ 24 Juli 1996
NIM : 15.3200.046
Semester : VIII (delapan)
Alamat : Palanro, Kabupaten Barru

Adalah mahasiswa Fakultas Ushuluddin, Adab Dan Dakwah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare bermaksud akan mengadakan penelitian di wilayah Kota Parepare.

“ Strategi Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Parepare dalam Menangani Berita Hoaks di Lembaga Penyiaran Publik “

Pelaksanaan penelitian ini direncanakan pada bulan Juli sampai selesai.

Sehubungan dengan hal tersebut dimohon kerjasamanya agar kiranya yang bersangkutan dapat diberi izin sekaligus dukungan dalam memperlancar penelitiannya.

Demikian, atas kerjasamanya diucapkan terima kasih.

Wassalamu Alaikum Wr.Wb.

Dekan,



Dr. H. Abd. Halim K. M.A.
NIP: 195906241998031001



PEMERINTAH KOTA PAREPARE
DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU
 Jalan Veteran Nomor 28, Parepare Telp. (0421) 23594, Fax (0421) 27719, Kode Pos 91111
 Email : dpmtsp@pareparekota.go.id; Website : www.dpmtsp.pareparekota.go.id
PAREPARE

Yth. Parepare, 11 Juli 2019
 Kepala Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Parepare

523/IPM/DPM-PTSP/7/2019

--
Izin Penelitian

Di - Parepare

DASAR :

1. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 18 Tahun 2002 tentang Sistem Nasional Penelitian, Pengembangan dan Penerapan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi.
2. Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 20 Tahun 2011 tentang Pedoman Penelitian dan Pengembangan di Lingkungan Kementerian Dalam Negeri dan Pemerintah Daerah.
3. Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 17 Tahun 2016 tentang Pedoman Penelitian dan Pengembangan di Kementerian Dalam Negeri dan Pemerintah Daerah.
4. Peraturan Daerah Kota Parepare No. 8 Tahun 2016 tentang Pembentukan dan Susunan Perangkat Daerah.
5. Peraturan Walikota Parepare No.39 Tahun 2017 tentang Pelimpahan Wewenang Pelayanan Perizinan dan Non Perizinan Kepada Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kota Parepare
6. Surat Dekan Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare, Nomor : B 875/In. 39.7/07/2019 tanggal 10 Juli 2019 Perihal Izin Melaksanakan Penelitian.

Setelah memperhatikan hal tersebut, Pemerintah Kota Parepare (Kepala Dinas Penanaman Modal Dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kota Parepare) dapat memberikan Izin Penelitian kepada :

Nama : Asriadi
 Tempat/Tgl. Lahir : Palu / 24-07-1996
 Jenis Kelamin : Pria
 Pekerjaan / Pendidikan : Mahasiswa / S1
 Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam
 Alamat : Palanro
 Jln. Amd
 Kec. Malusetasi
 Kab. Barru
 90753

Bermaksud untuk melakukan Penelitian/Wawancara di Kota Parepare dengan judul :

Strategi Dinas Komunikasi dan Informatika dalam Menangani Berita Hoaks di Lembaga Penyiaran Publik

Selama : TMT 11/07/2019 S/D 31-08-2019
 Pengikut/Peserta : Tidak Ada

Sehubungan dengan hal tersebut pada prinsipnya kami menyetujui kegiatan dimaksud dengan ketentuan yang tertera dibelakang Surat Izin Penelitian ini.

Demikian izin penelitian ini diberikan untuk dilaksanakan sesuai ketentuan berlaku.



Kepala Dinas Penanaman Modal
 Dan Pelayanan Terpadu Satu
 Pintu Kota Parepare



HI. ANDI RUSIA, SH., MH
 Pangkat : Pembina Utama Muda
 NIP.19620915 198101 2 001

BUSAN : Kepada Yth.
 Gubernur Provinsi Sulawesi Selatan Cq. Kepala BKB Sulsel di Makassar
 Walikota Parepare di Parepare
 Dekan Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah Institut Agama
 Islam Negeri (IAIN) Parepare di Parepare
 Audara Asriadi
 s.p.



PEMERINTAH KOTA PAREPARE
DINAS KOMUNIKASI DAN INFORMATIKA

Jln. Panorama Nomor 3, Telp. (0421)21512, Fax. (0421) 26262, Kode Pos 91111
Email : dinaskominfo@pareparekota.go.id Website : www.pareparekota.go.id

P A R E P A R E

SURAT KETERANGAN

Nomor: 470/789/Diskominfo/XII/2019

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Arwah Rahman, SPD, M.SI

Nip : 19711231 200212 1 012

Pangkat/gol :Pembina

Jabatan : Kepala Bidang Informasi dan Komunikasi Publik (IKP)

Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Parepare

Menerangkan bahwa

Nama : Asriadi

Nim : 15.2100.046

Jurusan :Fakultas Ushuluddin / KomunikasiPenyiaran Islam

Lembaga : Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare

Telah melaksanakan penelitian di lingkup Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Parepare antara Mei-July 2019.Dengan judul “Strategi Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Parepare Dalam Menangani Berita Hoaks di Lembaga Penyiaran Publik”.

Demikian surat keterangan ini diberikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.



Dikeluarkan di : Kota Parepare

Pada Tanggal :

Kepala Bidang IKP

Arwah Rahman, SPD, M. SI

NIP : 19711231 200212 1 012

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan dibawah ini adalah:

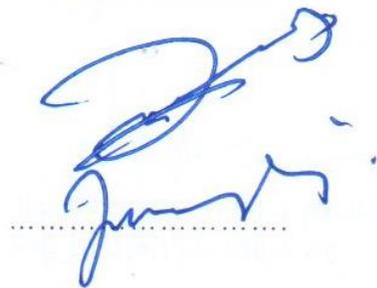
Nama Lengkap : Jumadi MAPPARIMENG SE., MM
Pekerjaan : Kepala Diskominfo Kota PARE-PARE
Umur : 42 Tahun

Bahwa benar telah di wawancarai oleh **ASRIADI** untuk keperluan penelitian skripsi dengan judul **“Strategi Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Parepare Dalam Menangani Berita Hoaks di Lembaga Penyiaran Publik”**.

Demikian surat keterangan ini diberikan untuk digunakan sebagaimana semestinya.

Parepare, 2019

Yang Bersangkutan



SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan dibawah ini adalah:

Nama Lengkap : IKA MERDEKA SARI, S-pd, M-pd

Pekerjaan : PNS

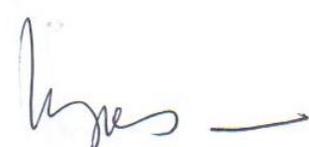
Umur : 33 TAHUN

Bahwa benar telah di wawancarai oleh **ASRIADI** untuk keperluan penelitian skripsi dengan judul **“Strategi Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Parepare Dalam Menangani Berita Hoaks di Lembaga Penyiaran Publik”**.

Demikian surat keterangan ini diberikan untuk digunakan sebagaimana semestinya.

Parepare, 01 Agustus 2019

Yang Bersangkutan



IKA MERDEKA SARI, S-pd, M-pd
Nip. 198508172014112003



SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan dibawah ini adalah:

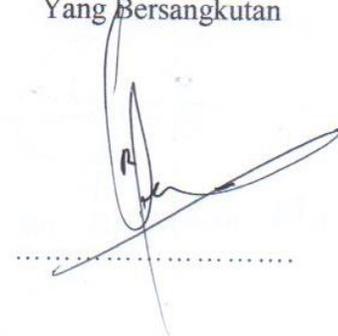
Nama Lengkap : RAHMAH RAHIM,
Pekerjaan : PENYIAR RADIO PEDULI
Umur : 39 TAHUN

Bahwa benar telah di wawancarai oleh ASRIADI untuk keperluan penelitian skripsi dengan judul **“Strategi Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Parepare Dalam Menangani Berita Hoaks di Lembaga Penyiaran Publik”**.

Demikian surat keterangan ini diberikan untuk digunakan sebagaimana semestinya.

Parepare, 05-08 2019

Yang Bersangkutan



A handwritten signature in black ink, appearing to be 'RAHMAH RAHIM', is written over a horizontal dotted line. The signature is stylized and extends to the right of the line.

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan dibawah ini adalah:

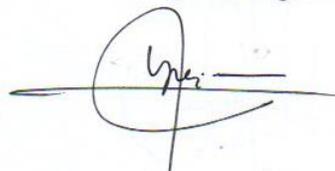
Nama Lengkap : DRG. HJ. YULIANA. M.Si
Pekerjaan : pus dinas lcominfo
Umur : 54 Th

Bahwa benar telah di wawancarai oleh **ASRIADI** untuk keperluan penelitian skripsi dengan judul **“Strategi Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Parepare Dalam Menangani Berita Hoaks di Lembaga Penyiaran Publik”**.

Demikian surat keterangan ini diberikan untuk digunakan sebagaimana semestinya.

Parepare, 2019

Yang Bersangkutan



DRG. HJ. YULIANA. M.Si.



SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan dibawah ini adalah:

Nama Lengkap : ARWAH RAHMAN

Pekerjaan : PNS

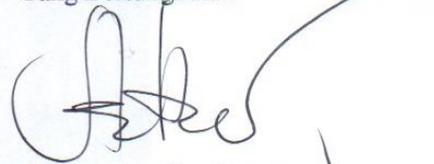
Umur :

Bahwa benar telah di wawancarai oleh **ASRIADI** untuk keperluan penelitian skripsi dengan judul **“Strategi Dinas Komunikasi dan Informatika Dalam Menangani Berita Hoaks di Lembaga Penyiaran Publik”**.

Demikian surat keterangan ini diberikan untuk digunakan sebagaimana semestinya.

Parepare, 29 July 2019

Yang Bersangkutan


ARWAH RAHMAN

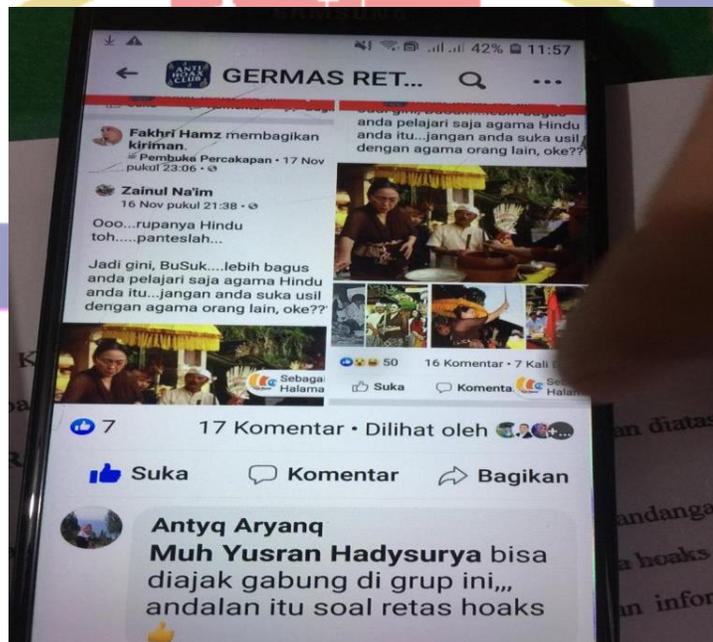
PAREPARE

DOKUMENTASI

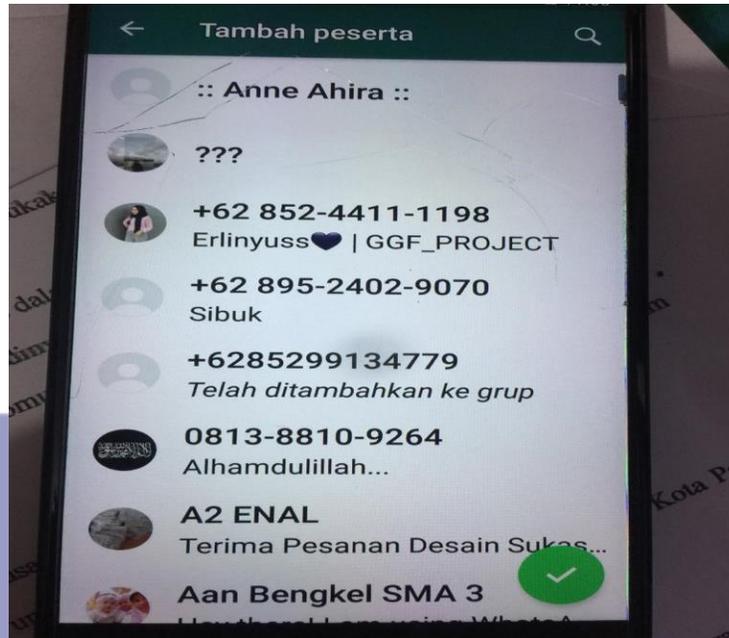
Gambar Grub *WhatsApp* Anggota GERMAS



Gambar Grup *Facebook* Anggota GERMAS



Gambar Grup WhatshAp Anggota KIM



Gambar Akun Facebook Aku Cinta Parepare (ACP)



Gambar Deklarasi Aku Cinta Parepare (ACP)





BIOGRAFI PENULIS



Asriadi nama panggilan Adi. Lahir di Palu, 24 September 1996. Anak kedua empat bersaudara yang terlahir dari pasangan Bapak Mide, dan Ibu Nurhayati. Saat ini penulis tinggal di jalan Amd, kelurahan Mallawa Kabupaten Barru.

Pendidikan yang telah ditempuh penulis yaitu SDN Tanambuah Mamuju lulus tahun 2009, SMP Negeri 3 Barru lulus tahun 2012. Dan SMK Negeri 3 Barru pada tahun 2015. Hingga kemudian melanjutkan studi ke jenjang S1 di sekolah tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Parepare yang telah beralih status menjadi Intitut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare, dengan memilih Fakultas Eshuluddin Adab dan Dakwah Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam.

