

**ANALISIS STRATEGI DINAS KOMUNIKASI, INFORMATIKA
DAN STATISTIK DALAM PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL
UNTUK MENEGAH PENYEBARAN INFORMASI HOAKS DI
KABUPATEN WAJO**

*ANALYZING THE COMMUNICATION, INFORMATICS AND
STATISTICS AGENCY'S SOCIAL MEDIA STRATEGY IN
PREVENTING HOAX AT WAJO REGENCY*

Diajukan oleh:

LUTHFI FADLULLAH RAMADHAN

E022201005



**PROGRAM PASCASARJANA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS HASANUDDIN**

MAKASSAR

2022

**ANALISIS STRATEGI DINAS KOMUNIKASI, INFORMATIKA DAN
STATISTIK DALAM PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL UNTUK MENCEGAH
PENYEBARAN INFORMASI HOAKS DI KABUPATEN WAJO**

Tesis

Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Mencapai Gelar Magister

Program Studi

Ilmu Komunikasi

Disusun dan Diajukan Oleh :

Luthfi Fadlullah Ramadhan

E022201005

**PROGRAM PASCASARJANA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR
2022**


LEMBAR PENGESAHAN TESIS

ANALISIS STRATEGI DINAS KOMUNIKASI, INFORMATIKA DAN STATISTIK DALAM PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL UNTUK MENCEGAH PENYEBARAN INFORMASI HOAKS DI KABUPATEN WAJO

Disusun dan diajukan oleh
LUTHFI FADLULLAH RAMADHAN
E022201005

Telah dipertahankan di hadapan Panitia Ujian yang dibentuk dalam rangka
Penyelesaian Studi Program Magister Program Ilmu Komunikasi Fakultas
Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin
pada tanggal **08 Agustus 2022**
dan dinyatakan telah memenuhi syarat kelulusan

Menyetujui
Komisi Penasehat,


Prof. Dr. And Alimuddin Unde, M.Si
Ketua


Dr. Muhammad Akbar, M.Si.
Anggota

Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi,


Dr. H. Muhammad Farid, M.Si.
NIP. 19610716 198702 1 001

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan
Ilmu Politik Universitas Hasanuddin,


Dr. Phil. Sukri, S.I.P., M.Si.
NIP. 19750818 200801 1 008



PERNYATAAN KEASLIAN TESIS

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Luthfi Fadlullah Ramadhan

NIM : E022201005

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa tesis yang saya tulis ini benar merupakan hasil karya saya sendiri, bukan merupakan pengambilan tulisan atau pemikiran orang lain. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa sebagian atau keseluruhan tesis ini karya orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Makassar, 8 Agustus 2022

Yang menyatakan,



Luthfi Fadlullah Ramadhan

KATA PENGANTAR

Bismillahirrohmanirrohiim. Assalamualaikum Warohmatullahi Wabarokatuh.

Puji dan syukur senantiasa penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan segala Rahmat dan Hidayah-Nya sehingga penulis dapat merampungkan tesis ini yang berjudul *“Analisis Strategi Dinas Komunikasi, Informatika Dan Statistik Dalam Pemanfaatan Media Sosial Untuk Mencegah Penyebaran Informasi Hoaks Di Kabupaten Wajo”* yang merupakan salah satu syarat untuk meraih gelar Magister Ilmu Komunikasi pada program studi Ilmu Komunikasi, konsentrasi Manajemen Komunikasi dan Perencanaan Strategis , Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin.

Penulis menyadari bahwa penulisan tesis ini dapat terselesaikan berkat bantuan dan dukungan berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis menghaturkan rasa hormat dan terima kasih kepada :

1. Kedua orang tua, Ayahanda Syamsuriadi Syam dan ibunda Nurdiana Baehaki atas kasih sayang, pengorbanan, serta ketulusan dalam mendoakan keberhasilan dan keselamatan penulis dan mengizinkan penulis untuk menempuh pendidikan magister serta senantiasa memprioritaskan pendidikan bagi anak-anaknya.

2. Komisi penasehat bapak Prof. Dr. A. Alimuddin Unde, M.Si selaku ketua penasehat dan bapak Dr. H. Muh. Akbar, M.Si selaku anggota penasehat yang telah meluangkan waktu dan pikiran untuk memberi bimbingan dan mengarahkan penulis mulai dari tahap penyusunan proposal hingga penyelesaian tesis ini.
3. Bapak Dr. Muhammad Farid, M.Si selaku Ketua Program Studi Magister Ilmu Komunikasi Universitas Hasanuddin yang telah banyak memberikan dorongan dan arahan agar penulis bisa mendapatkan banyak informasi sehingga penulis bisa menyelesaikan tesis ini sesuai dengan target waktu yang telah direncanakan.
4. Komisi Penguji, bapak Dr. Alem Febri Sonni, S.Sos, M.Si, bapak Dr. Sudirman Karnay, M.Si, dan bapak Dr. Muh. Iqbal Sultan , M.Si yang telah memberikan saran yang sangat bermanfaat bagi perbaikan tesis ini.
5. Segenap Guru Besar serta Staff pengajar Program Pascasarjana Ilmu Komunikasi Universitas Hasanuddin yang telah membekali ilmu, khususnya Ilmu Komunikasi yang sangat berguna bagi pengembangan pengetahuan dimasa mendatang.
6. Dinas Komunikasi, Informatika dan Statistik Kabupaten Wajo yang telah memberi izin bagi penulis dalam melakukan penelitian.

7. Bapak Dwi Apryanto, Safaruddin dan Andy Usman serta ibu Rahmah Were Uleng Taufik dan Asriyani yang telah membantu penulis dalam melakukan proses pengumpulan data dan berkenan untuk diwawancara.
8. Rekan-rekan mahasiswa Magister Ilmu Komunikasi angkatan 2020 yang selama ini selalu kebersamai penulis dan senantiasa saling menguatkan dalam menjalani suka dan duka menghadapi proses perkuliahan hingga penyelesaian tesis ini.
9. Semua pihak yang tidak sempat penulis sebutkan namanya satu per satu yang telah memberikan bantuan dalam rangka penyelesaian tesis ini.

Penulis yakin bahwa sekecil apapun bantuan yang diberikan tentu akan sangat bermanfaat bagi penulis dimasa mendatang. Atas segala bantuannya, penulis ucapkan terima kasih dan penulis berdoa agar Allah SWT dapat membalasnya dengan beribu kebaikan.

Aamiinn Yaa Robbal Aalamiin. Wassalamualaikum Warohmatullahi Wabarokatuuh.

Makassar, Agustus 2022

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGAJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN TESIS	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
ABSTRAK	xiii
ABSTRACT	xiv
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	12
C. Tujuan Penelitian	13
D. Kegunaan Penelitian	13
BAB II	15
TINJAUAN PUSTAKA	15
A. Kajian Konsep	15
1. Strategi Komunikasi	15
2. Media Baru	24
a. Definisi Media Baru	24
b. Fungsi Media Baru	28
c. Dampak Media Baru	29
3. Media Sosial	30
a. Definisi Media Sosial	30
b. Karakteristik Media Sosial	31
c. Fungsi Media Sosial	32

d. Prinsip Media Sosial Humas Pemerintah	36
e. Jenis Media Sosial.....	36
f. Strategi Media Sosial.....	38
g. <i>Facebook</i>	41
h. <i>Instagram</i>	47
4. Hoaks.....	53
a. Definisi Hoaks (<i>Hoax</i>).....	53
b. Ciri-ciri Hoaks	56
c. Jenis Hoaks	57
B. Kajian Teori.....	58
1. Teori <i>New Media</i> (Media Baru)	58
2. Teori Ekologi Media (<i>Media Ecology Theory</i>)	70
C. Penelitian Terdahulu	74
D. Kerangka Pemikiran.....	79
BAB III	81
METODE PENELITIAN	81
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian	81
B. Lokasi Penelitian	82
C. Informan Penelitian	82
D. Jenis dan Sumber Data.....	84
E. Teknik Pengumpulan Data.....	85
F. Teknik Analisis Data.....	87
G. Pengecekan Validitas Temuan / Kesimpulan	90
H. Tahap-Tahap Penelitian Dan Jadwalnya	92
1. Tahap-Tahap Penelitian.....	92
2. Jadwal Perencanaan Penelitian.....	93
BAB IV.....	94
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	94
A. Hasil Penelitian.....	94
1. Deskripsi Objek Penelitian	94