

**ANALISIS STRATEGI PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL DALAM
MENGURANGI PENYEBARAN INFORMASI HOAKS OLEH
BIDANG HUMAS KEPOLISIAN DAERAH SULAWESI SELATAN**

*ANALYSIS OF THE STRATEGY OF USING SOCIAL MEDIA IN
REDUCING THE DISSEMINATION OF HOAX INFORMATION BY
THE PUBLIC RELATIONS DEPARTMENT OF SOUTH
SULAWESI REGIONAL POLICE*

OLEH :

AMALIA MEGAWATI ARKAM

E022172010



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

2019

ANALISIS STRATEGI PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL DALAM
MENGURANGI PENYEBARAN INFORMASI HOAKS OLEH
BIDANG HUMAS KEPOLISIAN DAERAH SULAWESI SELATAN

Tesis

Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Mencapai Gelar Magister

Program Studi
Ilmu Komunikasi

Disusun dan Diajukan Oleh :

Amalia Megawati Arkam

E022172010

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
SEKOLAH PASCASARJANA UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR
2019


TESIS

**ANALISIS STRATEGI PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL DALAM
MENGURANGI PENYEBARAN INFORMASI HOAKS OLEH BIDANG
HUMAS KEPOLISIAN DAERAH SULAWESI SELATAN**


Disusun dan diajukan oleh
AMALIA MEGAWATI ARKAM
Nomor Pokok : E022171010

telah dipertahankan di depan Panitia Ujian Tesis
pada tanggal **03 Januari 2020**
dan dinyatakan telah memenuhi syarat

Menyetujui
Komisi Penasihat




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




Dr. H. M. Iqbal Sultan, M.Si
Anggota

Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi,


Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan
Ilmu Politik Universitas Hasanuddin,



Dr. H. Muhammad Farid, M.Si



Prof. Dr. H. Armin, M.Si



PERNYATAAN KEASLIAN TESIS

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Amalia Megawati Arkam

Nomor Pokok : E022172010

Program Studi : Ilmu Komunikasi

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

Makassar, 30 Desember 2019

Yang menyatakan,

Amalia Megawati Arkam



KATA PENGANTAR



Assalamu Alaikum Wr. Wb

Puji syukur senantiasa penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT, karena dengan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat merampungkan tesis yang berjudul **“Analisis Strategi Penggunaan Media Sosial Dalam Mengurangi Penyebaran Informasi Hoaks Oleh Bidang Humas Kepolisian Daerah Sulawesi Selatan”** yang merupakan salah satu persyaratan untuk mencapai gelar Magister Ilmu Komunikasi (M.I.Kom) pada konsentrasi Manajemen dan Perencanaan Komunikasi, Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin Makassar.

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 yang sebesar-besarnya kepada :

1. Kedua orang tua, Ayahanda Armin Anwar dan Ibunda Kasmawati atas jasa-jasa, kesabaran, serta pengorbanan dan ketulusan telah membimbing dan membesarkan serta senantiasa berdoa untuk keselamatan dan keberhasilan penulis, juga kepada saudara-saudara tersayang dan terkasih Muslim Khadavi, Tarisa Rahmadani, dan

Salwa Aziza atas segala pengertian dan semangat yang diberikan kepada penulis dalam menyelesaikan pendidikan.

2. Komisi Penasehat Bapak Prof. Dr. Andi Alimuddin Unde, M.Si. sebagai pembimbing I dan Bapak Dr. M. Iqbal Sultan, M.Si. selaku pembimbing II atas segala bantuannya, bimbingannya, dan mendukung penulis selama ini hingga terselesaikannya tesis ini.
3. Dr. H. Muhammad Farid, M.Si., selaku Ketua Program Studi Magister Ilmu Komunikasi Universitas Hasanuddin Makassar
4. Komisi Penguji, Dr. Muhammad Nadjib HM, M.Lib., M.Ed., Dr. H. Muhammad Farid, M.Si dan Dr. Arianto, S. Sos, M. Si. atas saran dan kritik yang sifatnya konstruktif serta penilaian terhadap tesis ini.
5. Para Guru Besar dan Dosen Pengampu mata kuliah, serta staf administrasi akademik baik yang ada di pascasarjana maupun yang ada di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Univeristas Hasanuddin.
6. Terima kasih kepada Kepala Bidang Humas Kepolisian Daerah Sulawesi Selatan beserta jajarannya dan para staff administrasi bidang humas polda Sulsel atas bantuannya sehingga tesis ini dapat terselesaikan.
7. Teman-teman seperjuangan selama kuliah S2 Commencess Kak asyhary, Kak Bustan, Kak Rayes, Kak Ramlan, Kak Jaya, Kak Danang, Amel, Hasmi, Kak Akbar, Kak Dian, dan Kak Ilal. Para senior kak Jejen, Kak Hary, dan Kak Cacang.

8. Kepada sahabat-sahabatku Hajra, Shiela, Feby, Nadil, Ocan, dan teman-teman kritikal lainnya terima kasih atas doa, motivasi, dan dukungannya.
9. Dan terima kasih kepada pihak yang tidak sempat penulis sebutkan namanya yang telah banyak memberikan bantuan dalam rangka penyelesaian skripsi ini. Semoga segala bantuan, dukungan dan doa yang telah diberikan kepada penulis di balas oleh Allah dengan pahala yang berlimpah. Amin Ya Rabbal Alamin.

Penulis yakin bahwa sekecil apapun bantuan itu pasti akan memberikan manfaat yang besar kepada penulis untuk pengembangan dan kemajuan dimasa yang akan datang. Atas segala bantuannya penulis tak mampu membalasnya, penulis hanya berdoa semoga Allah SWT selalu melimpahkan rahmat, taufik dan hidayahnya kepada Kita semua. AAMIIN.

Wassalamu Alaikum Wr. Wb

Makassar, 30 Desember 2019

Amalia Megawati Arkam

ABSTRAK

AMALIA MEGAWATI ARKAM. *Analisis Strategi Penggunaan Media Sosial dalam Mengurangi Penyebaran Informasi Hoaks oleh Bidang Humas Kepolisian Daerah Sulawesi Selatan* (dibimbing oleh Andi Alimuddin Unde dan M. Iqbal Sultan).

Penelitian ini bertujuan mengetahui: (1) strategi penggunaan media sosial dalam mengurangi penyebaran informasi hoaks oleh Bidang Humas Kepolisian Daerah Sulawesi Selatan; (2) upaya literasi yang dilakukan Bidang Humas Kepolisian Daerah Sulawesi Selatan untuk menyadarkan masyarakat mengenai bahaya penyebaran informasi hoaks di media sosial; dan (3) hambatan yang dialami Bidang Humas Kepolisian Daerah Sulawesi Selatan dalam mengurangi penyebaran informasi hoaks di media sosial.

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi media sosial Bidang Humas Polda Sulawesi Selatan. Data dianalisis menggunakan model Miles & Huberman.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam mengurangi penyebaran informasi hoaks, Bidang Humas Polda Sulawesi Selatan menerapkan strategi penggunaan media sosial berupa: (1) metode patroli syber atau pengawasan dan monitoring, (2) klarifikasi segera, yaitu memberikan penjelasan kepada masyarakat terkait dengan adanya informasi-informasi yang dianggap dapat mengancam ketertiban umum atau bersifat meresahkan, dan (3) penyebaran informasi yang dilakukan Humas Polda Sulawesi Selatan melalui media sosial berupa postingan gambar-gambar, meme, quote, atau video mengenai bahaya penyebaran hoaks. Adapun, upaya literasi yang dilakukan Bidang Humas Polda Sulawesi Selatan yaitu melakukan: pelatihan dan *workshop* kepada internal kepolisian, sosialisasi dan diskusi langsung dengan masyarakat dan pihak-pihak kemitraan, dan literasi melalui media massa dan media sosial. Di sisi lain, terdapat hambatan yang dihadapi kepolisian dalam mengurangi hoaks di media sosial yaitu: kurangnya minat dari netizen, adanya sikap antipati masyarakat terhadap kepolisian, dan hambatan dari internal kepolisian, seperti kurangnya sumber daya manusia.

Kata kunci: strategi, media sosial, hoaks, humas kepolisian



ABSTRACT

AMALIA MEGAWATI ARKAM. *An Analysis on the Strategy of Using Social Media in Reducing the Dissemination of Hoax Information by the Regional Police Public of South Sulawesi* (supervised by **Andi Alimuddin Unde** and **M. Iqbal Sultan**)

The study aims to find out (1) the strategy using social media in reducing the dissemination of hoax information by the Regional Police Public Relation of South Sulawesi, (2) literacy efforts made by the Regional Police Public Relation of South Sulawesi to raise awareness on the danger of dissemination of hoax information in social media, (3) obstacles faced by the Regional Police Public Relation of South Sulawesi in reducing the dissemination of hoax information in social media.

This research used descriptive qualitative approach. The data were obtained through in-depth interview, observation, and social media documentation in the Regional Police Public Relation of South Sulawesi. The data were analyzed using Miles & Huberman model.

The results of the research indicate that in reducing the dissemination of hoax information, the Regional Police Public Relation of South Sulawesi implements strategies of using social media in the form of (1) Cyber patrol method or monitoring, (2) immediate clarification, i.e. to give explanation to public regarding the information that is considered threatening public order or unsettling, (3) information dissemination by the Regional Police Public Relation of South Sulawesi through social media in the form of posting pictures, memes, quotes, or vibes about the danger of spreading hoax. The literacy efforts undertaken by the Regional Police Public Relation of South Sulawesi are training and workshops for internal police conducting, outreach and direct discussions with the community and partnership parties, and literacy through mass media and social media. On the other hand, there are obstacles that the police face in reducing social media hoax, i.e. the lack of interest from netizens, the antipathy attitude of community toward the police, and internal obstacles from the police, such as the lack of human resources.

Keywords: social media strategy, hoax, Police Public Relation.



DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN PENGAJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN TESIS	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian.....	9
D. Kegunaan Penelitian	10
BAB II.....	11
TINJAUAN PUSTAKA	11
A. Kajian Konsep	11
1. Strategi Komunikasi	11
2. Perkembangan Media Komunikasi.....	16

3. Media Baru	18
4. Media Sosial	21
a. Definisi Media Sosial.....	21
b. Karakteristik Media Sosial.....	22
c. Fungsi Media Sosial.....	24
d. Jenis Media Sosial	26
e. Strategi Media Sosial	28
f. Facebook.....	30
g. Twitter.....	31
h. Instagram.....	33
5. Hoaks.....	38
a. Sejarah Hoaks (<i>Hoax</i>).....	38
b. Definisi Hoaks (<i>Hoax</i>)	41
c. Jenis Hoaks	43
d. Ciri-ciri Hoaks	45
B. Kajian Teori.....	46
1. Teori Media Baru (<i>New Media Theory</i>).....	46
2. Teori Ekologi Media (<i>Media Ecology Theory</i>)	50
3. Model <i>Knowledge, Attitude, and Practice</i>	55
C. Penelitian Terdahulu	57
D. Kerangka Konsep.....	62
BAB III.....	64
METODE PENELITIAN	64
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	64

B. Lokasi Penelitian	64
C. Informan Penelitian	65
D. Jenis Dan Sumber Data	66
E. Teknik Pengumpulan Data	66
F. Teknik Analisis Data.....	68
G. Jadwal Penelitian	69
BAB IV	71
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	71
A. Hasil Penelitian	71
1. Deskripsi Lokasi Penelitian.....	71
2. Karakteristik Informan.....	85
3. Gambaran Media Sosial Kepolisian Daerah Sulawesi Selatan	86
4. Strategi penggunaan media sosial dalam mengurangi penyebaran informasi hoaks oleh Bidang Humas Kepolisian Daerah Sulawesi Selatan.....	91
5. Upaya literasi yang dilakukan Bidang Humas Kepolisian Daerah Sulawesi Selatan dalam menyadarkan masyarakat mengenai bahaya penyebaran informasi hoaks di media sosial.....	107
6. Hambatan yang dialami Kepolisian Daerah Sulawesi Selatan dalam mengurangi penyebaran informasi hoaks di media sosial.....	115
B. Pembahasan	118
1. Analisis strategi penggunaan media sosial dalam mengurangi penyebaran informasi hoaks oleh Bidang Humas Kepolisian Daerah Sulawesi Selatan.....	120
2. Upaya literasi yang dilakukan Bidang Humas Kepolisian Daerah Sulawesi Selatan dalam menyadarkan masyarakat mengenai bahaya penyebaran informasi hoaks	126

3. Hambatan yang dialami Kepolisian Daerah Sulawesi Selatan
dalam mengurangi penyebaran informasi hoaks di media sosial ...128

BAB V	130
PENUTUP	130
A. SIMPULAN.....	130
B. SARAN.....	132
DAFTAR PUSTAKA.....	133

DAFTAR TABEL

Bab II

Tabel 2. 1 Perbedaan Antara Era Media Pertama Dan Kedua	20
---	----

Bab III

Tabel 3. 1 (Informan Penelitian)	65
--	----

Tabel 3. 2 (Jadwal Penelitian)	70
--------------------------------------	----

Bab IV

Tabel 4. 1 Identitas Informan	86
-------------------------------------	----

Tabel 4. 2 (Daftar Postingan Ig @Polda_Sulsel)	98
--	----

Tabel 4. 3 (Daftar Postingan Ig @Humas_Polda_Sulsel)	99
--	----

DAFTAR GAMBAR

Bab I

Gambar 1. 1 Penetrasi Pengguna Internet Indonesia Apjii 2018	2
Gambar 1. 2 Data Pengguna Media Sosial Di Indonesia	3
Gambar 1. 3 Klarifikasi Berita Hoax Oleh Polri.....	5

Bab II

Gambar 2. 1 Model <i>Knowledge, Attitude, And Practice</i>	55
Gambar 2. 2 Kerangka Konseptual.....	62

Bab III

Gambar 3. 1 Langkah Dalam Analisis Data Kualitatif.....	68
---	----

Bab IV

Gambar 4. 1 Struktur Organisasi Bidang Humas Polda Sulsel.....	84
Gambar 4. 2 (Tampilan Akun <i>Instagram @Polda_Sulsel</i>).....	88
Gambar 4. 3 (Tampilan Akun <i>Instagram @Humas_Polda_Sulsel</i>).....	89
Gambar 4. 4 (Tampilan Akun <i>Facebook</i> Polda Sulawesi Selatan)	90
Gambar 4. 5 (Tampilan Akun <i>Twitter @Poldasulsel_</i>).....	91
Gambar 4. 6 (Konfrensi Pers Terkait Pengungkapan Penyebar Hoaks)	101
Gambar 4. 7 (Informasi Yang Telah Dikonfirmas Sebagai Hoaks)	102
Gambar 4. 8 (Tampilan Beberapa Postingan Bahaya Penyebaran Hoaks)	103
Gambar 4. 9 (Tampilan Beberapa Postingan Anti Hoaks).....	104
Gambar 4. 10 (Tampilan Postingan Diinstagram Mengenai Literasi Bahaya Penyebaran Hoaks)	111

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 Pedoman Wawancara Pejabat Bidang Humas Polda Sulsel ...	139
LAMPIRAN 2 Pedoman Wawancara Banum Multimedia Humas Polda Sulsel	141
LAMPIRAN 3 Dokumentasi Wawancara Dengan Informan.....	143

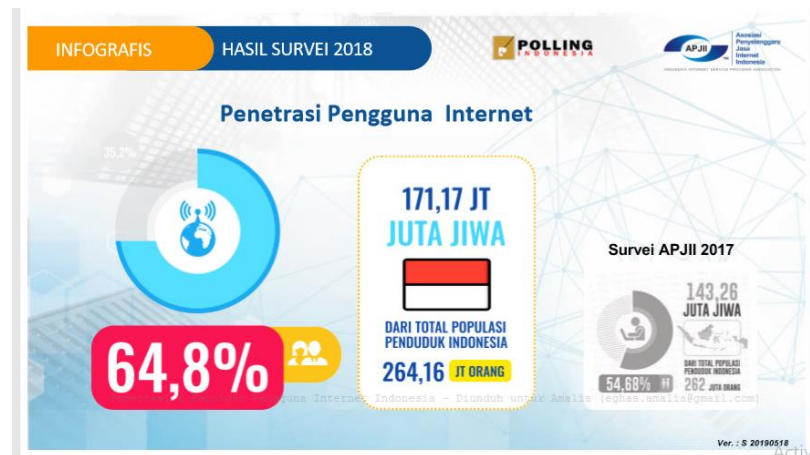
BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Munculnya internet telah menjadi salah satu kebutuhan bagi masyarakat dunia saat ini. Pada tahun 2011 detik.com (edisi 6 juni 2011) menuliskan bahwa PBB (Perserikatan Bangsa-Bangsa) bahkan mendeklarasikan bahwa akses internet adalah Hak Asasi Manusia. Negara didunia pun diharapkan agar tidak membuat aturan hukum yang memungkinkan pemutusan akses internet bagi masyarakat. Frank La Rue seorang pejabat *United Nation Special Rapporteur on the Promotion and Protection of the Right to Freedom of Opinion and Expression* mengatakan bahwa “Akses universal pada internet harus menjadi prioritas bagi semua negara”.

Berdasarkan data hasil survei tahun 2018 Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) menyatakan bahwa terdapat 171,17 juta pengguna internet dari total populasi penduduk Indonesia sebanyak 264,16 juta. Jumlah ini sama dengan 64,8% penduduk Indonesia telah melakukan penetrasi penggunaan internet. Persentase pertumbuhan pengguna internet tahun 2018 meningkat 10,12% dari tahun 2017 yakni sekitar 143,26 juta pengguna internet.



Gambar 1. 1 Penetrasi Pengguna Internet Indonesia APJII 2018

Salah satu medium dari internet adalah media sosial. Seperti yang dituliskan oleh Nasrullah (2015:11) bahwa media sosial adalah medium di internet yang memungkinkan pengguna merepresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerjasama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain dan membentuk ikatan sosial secara virtual. Berbagai fitur yang dihadirkan oleh media sosial seperti like, share, hashtag, trending topic dll. Seperti yang dituliskan Gumilar (2017) dalam jurnalnya bahwa di media sosial tidak dapat dipungkiri telah sangat berpengaruh dalam membaca minat dan konsumsi informasi khalayak. Melalui fitur-fitur tersebut, berita dan informasi dapat dibagikan secara viral: tersebar luas dan terjadi dalam waktu singkat layaknya wabah penyakit yang disebarkan oleh virus.

Berdasarkan data laporan terbaru riset tahunan Digital 2019 yang dihimpun oleh Hootsuite dan We Are Social perusahaan media sosial, terungkap bahwa dari total 268,2 juta penduduk di Indonesia, 150 juta

diantaranya telah menggunakan media sosial. Dengan demikian, angka penetrasinya sekitar 56% dari penduduk di Indonesia.



Gambar 1. 2 Data Pengguna Media Sosial di Indonesia

(Kompas.com 4 Februari 2019)

Data diatas dapat menjadi acuan bahwa penggunaan media sosial dikalangan masyarakat Indonesia menjadi hal yang saat ini populer. Berdasarkan data diatas, setidaknya ada sekitar 130an juta pengguna media sosial mengakses media sosialnya melalui smartphone. Jumlah tersebut belum termasuk dari pengguna teknologi komunikasi lainnya seperti ipad, tablet, laptop, computer dan lainnya. Secara sederhana dapat dikatakan bahwa siapa pun yang memiliki gadget atau teknologi komunikasi akan dapat dengan mudah berinteraksi, menuangkan gagasan, mereduksi gagasan, dan menyebarkannya diruang public dunia maya (ruang siber) hanya dengan sentuhan jari. Hal inilah yang kemudian memicu munculnya berbagai informasi yang tidak benar dan terkesan memiliki sifat pesan yang menyesatkan, atau nama lainnya ialah hoaks (hoax).

Penyebaran hoaks (hoax) di media sosial semakin meningkat di Indonesia. Hal ini mengingat separuh dari penduduk Indonesia adalah pengguna aktif Internet dan menjadi bagian dari penduduk dunia maya.

Merekalah yang menjadi sasaran utama produksi dan sirkulasi hoaks, berita palsu, ujaran kebencian, konten negative. Menurut data Kominfo tahun 2018 bahwa terdapat 733 aduan konten hoax yang tersebar via WhatsApp. Data dari Kemkominfo ini berdasarkan satu platform media sosial saja, belum termasuk platform media sosial lain seperti facebook, Instagram, twitter, line, google+, dan lain sebagainya. Beragam platform media sosial ini memungkinkan informasi mengalir supercepat, dilengkapi interaktivitas dan interkonektivitas, membuat produksi dan sirkulasi hoaks, berita palsu, dan ujaran kebencian di dunia maya menjadi tidak terkendali. (Gunawan dan Ratmono 2018)

Di Indonesia sejumlah kasus *hoax* membawa dampak sosial salah satunya informasi yang tersebar di facebook yang mengatakan adanya mahasiswa Papua di Surabaya yang tewas akibat dipukuli oleh TNI-Polri. Informasi yang tersebar via facebook tersebut kemudian di klarifikasi sebagai berita hoax, karena nyatanya adalah tidak ada mahasiswa yang tewas dipukuli oleh TNI-Polri di Surabaya. Klarifikasi terhadap berita hoax ini segera di informasikan oleh divisi humas Kepolisian Republik Indonesia melalui akun resmi Instagram miliknya.



Gambar 1. 3 Klarifikasi Berita Hoax oleh Polri

(Instagram : @DivisiHumasPolri 19 agustus 2019)

Informasi yang beredar tersebut merupakan buntut dari adanya bentrokan yang terjadi antara mahasiswa Papua di Malang dengan warga Malang, yang kemudian dilanjutkan dengan aksi penyergapan yang dilakukan Polri di asrama mahasiswa Papua di Surabaya dikarenakan adanya laporan mengenai pembuangan bendera Merah Putih didepan selokan asrama Mahasiswa Papua tersebut. Berdasarkan dua peristiwa itu, banyak informasi yang beredar di media sosial, salah satunya informasi hoaks terkait adanya mahasiswa Papua yang tewas akibat dipukuli TNI-Polri, yang kemudian menjadi salah satu pemicu aksi demonstrasi besar-besaran masyarakat Papua di Manokwari dan beberapa wilayah di Papua, sampai dengan pembakaran kantor DPRD di Manokwari, Papua Barat. (cnnindonesia.com 19 agustus 2019)

Fenomena ini patut mendapatkan perhatian khusus tidak hanya dari masyarakat umum, tetapi juga dari pemerintah terutama para aparatur negara yang memiliki tugas pokok dan bertanggung jawab atas terwujudnya stabilitas keamanan dan ketertiban masyarakat. Sebagaimana yang telah tertuang dalam Undang-Undang No. 2 Tahun 2002 tentang Kepolisian Negara Republik Indonesia bahwa keamanan dan ketertiban mengandung arti : “Keamanan dan ketertiban masyarakat adalah suatu kondisi dinamis masyarakat sebagai salah satu prasyarat terselenggaranya proses pembangunan nasional dalam rangka tercapainya tujuan nasional yang ditandai oleh terjaminnya keamanan, ketertiban, dan tegaknya hukum, serta terbinanya ketenteraman, yang mengandung kemampuan membina serta mengembangkan potensi dan kekuatan masyarakat dalam menangkal, mencegah, dan menanggulangi segala bentuk pelanggaran hukum dan bentuk-bentuk gangguan lainnya yang dapat meresahkan masyarakat.”

Sulawesi Selatan sebagai provinsi terbesar yang ada di Indonesia bagian timur tercatat memiliki pengguna internet sebanyak 6.333.290 jumlah ini berasal dari persentase 3,7% dari 171.170 juta pengguna internet diseluruh Indonesia, data ini berdasarkan data hasil survei tahun 2018 Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII). Dengan jumlah sebesar itu, masyarakat Sulawesi Selatan juga tidak dapat terhindar dari informasi hoaks, berita palsu dan konten negative lainnya. SUBDIT V Cyber Crime Kepolisian Daerah Sulawesi Selatan menunjukkan, sejak tahun 2011

terdapat 357 kasus, termasuk tahun 2017 hingga februari 2019 terdapat 37 kasus terkait adanya hoaks, pernyataan ujaran kebencian atau SARA dan mengenai penyerangan kehormatan atau nama baik seseorang di media sosial. Data terbaru yang dihimpun pihak Cyber Crime Polda Sulsel dari awal tahun 2019 hingga juli 2019 terdapat setidaknya 25 kasus yang terdeteksi sebagai hoaks dan mengandung konten negative lainnya. Berdasarkan data ini setidaknya dalam kurun waktu delapan tahun terhitung sejak 2011 sampai juli 2019 terdapat 382 kasus terkait adanya Hoaks, pernyataan ujaran kebencian atau sara, konten negative, dan mengenai penyerangan kehormatan atau nama baik seseorang di media sosial.

Subdit V Cyber Crime Polda Sulsel juga menjelaskan bahwa mayoritas materi dari informasi hoaks yang ditemukan, terkait dengan isu politik, informasi yang menyinggung instansi pemerintahan, Tni/Polri, kepala negara, kepala daerah, dan pejabat-pejabat pemerintahan lainnya.

Data diatas kemudian menjelaskan bahwa masyarakat Sulawesi Selatan harus membuka mata dan memperhatikan bahwa penting untuk memahami dengan baik manfaat dari penggunaan media sosial. Literasi media hadir untuk memberikan pemahaman kepada para pengguna internet khususnya media sosial bagaimana menjadi pengguna yang baik dan bijak. Perlu diketahui bahwa informasi hoaks yang tersebar di media sosial yang sengaja diproduksi untuk menebar tipuan dan kebencian merupakan bagian dari ancaman yang tidak bisa dibiarkan dan dapat dijerat hukum berdasarkan UU ITE.

Ditengah arus informasi yang begitu melimpah di media sosial, Kepolisian Daerah Sulawesi Selatan juga hadir sebagai pengguna media sosial. Adapun platform media sosial yang dikelola oleh Bidang Humas Kepolisian Daerah Sulawesi Selatan, yaitu :

1. **Instagram** : @Polda_Sulsel, @Humas_polda_Sulsel
2. **Facebook** : Polda Sulawesi Selatan, Humas Polda Sulsel
3. **Twitter** : @PoldaSulsel_

Berdasarkan uraian diatas, Kepolisian Daerah Sulawesi Selatan sebagai aparaturnya keamanan dan ketertiban negara harus mampu untuk memiliki strategi yang tepat untuk memastikan penggunaan media sosial tersebut dapat mengurangi penyebaran informasi hoaks. Untuk itu, penulis menulis judul penelitian “Analisis Strategi Penggunaan Media Sosial Dalam Mengurangi Penyebaran Informasi Hoaks Oleh Bidang Humas Kepolisian Daerah Sulawesi Selatan”.

B. Rumusan Masalah

Penyebaran informasi hoaks di media sosial terkhusus di daerah Sulawesi Selatan perlu disikapi serius oleh pihak Kepolisian, sebab mengingat telah terjadi beberapa kasus yang berkaitan penyebaran hoaks ini. Untuk itu penelitian ini hadir untuk menjawab beberapa pertanyaan mengenai permasalahan ini :

1. Bagaimana strategi penggunaan media sosial dalam mengurangi penyebaran informasi hoaks oleh Bidang Humas Kepolisian Daerah Sulawesi Selatan?
2. Bagaimana upaya literasi yang dilakukan Bidang Humas Kepolisian Daerah Sulawesi Selatan dalam menyadarkan masyarakat mengenai bahaya penyebaran informasi hoaks di media sosial ?
3. Bagaimana hambatan yang dialami Kepolisian Daerah Sulawesi Selatan dalam mengurangi penyebaran informasi hoaks di media sosial ?

C. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan uraian rumusan masalah yang telah di kemukakan, maka penelitian ini bertujuan :

1. Untuk menganalisis strategi penggunaan media sosial dalam mengurangi penyebaran informasi hoaks oleh Bidang Humas Kepolisian Daerah Sulawesi Selatan
2. Untuk mengetahui upaya literasi yang dilakukan Bidang Humas Kepolisian Daerah Sulawesi Selatan untuk menyadarkan masyarakat mengenai bahaya penyebaran informasi hoaks di media sosial
3. Untuk mengetahui hambatan yang dialami Kepolisian Daerah Sulawesi Selatan dalam mengurangi penyebaran informasi hoaks di media sosial.

D. Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan dalam penulisan karya ilmiah ini bermanfaat untuk :

1. Secara Teoritis

- a. Hasil penelitian ini dapat memberikan kontribusi ilmiah bagi pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang studi Ilmu Komunikasi. Terutama dalam kajian Media Sosial, spesialisasi penggunaan media sosial terhadap suatu permasalahan di masyarakat terkait dengan masalah hoaks.
- b. Hasil penelitian ini bisa menjadi bahan bacaan atau referensi bagi semua pihak yang membutuhkan pustaka mengenai pemanfaatan media sosial dalam penanganan permasalahan di media sosial.

2. Secara Praktis

- a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi penting khususnya bagi lembaga yang berkaitan dengan pemanfaatan media sosial.
- b. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi mengenai suatu lembaga.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Kajian Konsep

1. Strategi Komunikasi

Kata strategi berasal dari bahasa Yunana klasik yaitu “*stratos*” yang artinya tentara dan kata “*agein*” yang berarti memimpin. Dengan demikian strategi dimaksudkan adalah memimpin tentara. Lalu muncul kata *stratagos* yang artinya pemimpin tentara pada tingkat atas. Jadi strategi adalah konsep militer yang bisa diartikan sebagai seni perang para jenderal (*The Art of General*), atau suatu rancangan yang terbaik untuk memenangkan peperangan. Dalam strategi ada prinsip yang harus dicamkan, yakni “tidak ada sesuatu yang berarti dari segalanya kecuali mengetahui apa yang akan dikerjakan oleh musuh, sebelum mereka mengerjakannya”. Cangara (2014:64)

Jim Lukaszewski (Cultip, et. al. 2011:351) mengatakan bahwa Strategi adalah kekuatan penggerak dalam setiap bisnis atau organisasi Strategi adalah kekuatan intelektual yang membantu mengorganisir, memprioritaskan, dan member energy terhadap apa-apa yang mereka lakukan. Tanpa strategi, tidak ada energy. Tanpa strategi, tak ada arah. Tanpa strategi, tak ada momentum. Tanpa staretegi, takada pengaruh.

Pemahaman mengenai definisi strategi diatas lebih menekankan bahwa strategi dalam suatu perusahaan atau organisasi adalah hal yang

krusial dan sangat penting karena berperan sebagai penggerak dalam jalannya perusahaan atau organisasi. Tanpa adanya strategi maka perusahaan atau organisasi tersebut dapat lumpuh dan kehilangan arah.

Menurut Henry Mintzberg (1998), seorang ahli bisnis dan manajemen mengatakan bahwa pengertian strategi terbagi atas 5 definisi yaitu strategi sebagai rencana, strategi sebagai pola, strategi sebagai posisi (*positions*), strategi sebagai taktik, dan terakhir strategi sebagai perpesktif. (<http://hariannetral.com/2014/12/pengertian-strategi-menurut-beberapa-ahli.html>.) :

- a. Pengertian strategi sebagai rencana adalah sebuah program atau langkah terencana (*a directed course of action*) untuk mencapai serangkaian tujuan atau cita cita yang telah ditentukan; sama halnya dengan konsep strategi perencanaan.
- b. Pengertian strategi sebagai pola (*pattern*) adalah sebuah pola perilaku masa lalu yang konsisten, dengan menggunakan strategi yang merupakan kesadaran daripada menggunakan yang terencana ataupun diniatkan. Hal yang merupakan pola berbeda dengan berniat atau bermaksun maka strategi sebagai pola lebih mengacu pada sesuatu yang muncul begitu saja (*emergent*).
- c. Definisi strategi sebagai posisi adalah menentukan merek, produk ataupun perusahaan dalam pasar, berdasarkan kerangka konseptual para konsumen ataupun para penentu kebijakan; sebuah strategi utamanya ditentukan oleh faktor faktor eksternal.

- d. Pengertian strategi sebagai taktik, merupakan sebuah manuver spesifik untuk mengelabui atau mengecoh lawan (*competitor*).
- e. Pengertian strategi sebagai perspektif adalah mengeksekusi strategi berdasarkan teori yang ada ataupun menggunakan insting alami dari isi kepala atau cara berpikir ataupun ideologis.

Pemikiran strategis adalah memprediksikan atau menentukan tujuan masa depan yang diharapkan, menentukan kekuatan apa yang akan membantu atau menghalangi upaya mengejar tujuan, dan merumuskan rencana untuk mencapai keadaan yang diharapkan tersebut. (Cultip, et. al. 2011:352)

Istilah komunikasi berasal dari bahasa latin *communis* yang artinya membangun kebersamaan antara dua orang atau lebih. Komunikasi juga berasal dari akar kata *communico* yang artinya membagi. Everett M. Rogers (1985) mendefinisikan bahwa komunikasi adalah proses dimana suatu ide dialihkan dari sumber kepada satu penerima atau lebih dengan maksud untuk mengubah tingkah laku mereka. (Cangara, 2014:35)

Cultip, et. al. (2011:225) mendefinisikan bahwa Komunikasi adalah proses timbal balik (resiprokal) pertukaran sinyal untuk memberi informasi, membujuk, atau memberi perintah, berdasarkan makna yang sama dan dikondisikan oleh konteks hubungan para komunikator dan konteks sosialnya. Artinya bahwa dalam proses komunikasi, ada pertukaran sinyal yang didalamnya berupa pemberian informasi, membujuk ataupun memberi

perintah yang berdasarkan pada makna yang sama dan dapat dikondisikan sesuai dengan konteks hubungan dan sosial yang dimiliki oleh komunikator.

Dalam menangani masalah komunikasi, para perencana dihadapkan pada sejumlah persoalan, terutama dalam kaitannya dengan strategi penggunaan sumber daya komunikasi yang tersedia untuk mencapai tujuan yang ingin dicapai. Rogers (1982) memberi batasan pengertian strategi komunikasi sebagai suatu rancangan yang dibuat untuk mengubah tingkah laku manusia dalam skala yang lebih besar melalui transfer ide-ide baru. Seorang pakar perencanaan komunikasi Middleton (Cangara, 2014:64) mengatakan bahwa strategi komunikasi adalah kombinasi yang terbaik dari semua elemen komunikasi mulai dari komunikator, pesan, saluran (media), penerima sampai pada pengaruh (efek) yang dirancang untuk mencapai tujuan komunikasi yang optimal.

Dalam menentukan strategi komunikasi yang tepat, perencana komunikasi harus mampu untuk memahami mengenai elemen-elemen yang terdapat pada komunikasi.

1. Sumber / Komunikator : sumber ialah pihak yang menyampaikan atau mengirim pesan kepada penerima. Dalam menyampaikan pesan kepada penerima, komunikator haruslah mampu untuk menyampaikannya dengan baik dan jelas sehingga tidak menimbulkan kesalahpahaman. Perlu diketahui bahwa karakteristik

sumber sangat mempengaruhi pesan yang akan diterima oleh si penerima.

2. Pesan : pesan ialah pernyataan yang disampaikan pengirim kepada penerima. Pernyataan bisa dalam bentuk verbal maupun non-verbal yang bisa dimengerti oleh penerima. Karakteristik pesan sangat berdampak pada makna yang diberikan komunikator kepada penerima.
3. Media : media ialah alat yang digunakan untuk memindahkan pesan dari sumber kepada penerima. Media dalam pengertian disini bisa berupa media massa yang mencakup surat kabar, radio, film, televisi, dan internet. Bisa juga dalam bentuk kelompok pengajian, arisan, kelompok pendengar dan pemirsa, organisasi masyarakat, rumah ibadah dll.
4. Penerima / Khalayak : Penerima ialah pihak yang menjadi sasaran pesan yang dikirim dari sumber kepada penerima. Yang kemudian pesan tersebut akan diolah oleh penerima/khalayak sehingga menimbulkan efek/pengaruh terhadap pesan yang diterimanya.

Oleh karena itu, pemilihan strategi merupakan langkah krusial yang memerlukan penanganan secara hati-hati dalam perencanaan komunikasi, sebab jika pemilihan strategi salah atau keliru maka hasil yang diperoleh bisa fatal, terutama kerugian dari segi waktu, materi dan tenaga.

2. Perkembangan Media Komunikasi

Perkembangan media komunikasi berawal dari ditemukannya tradisi media lisan berkomunikasi dengan cara verbal dan tulisan pada daun-daun ataupun tanah liat. Periode ini disebut juga dengan periode history awal, terjadi sejak 4000 tahun sebelum masehi era komunikasi tulisan ini dimulai ketika bangsa sumeria mulai menulis dalam lembaran tanah liat. Pada tahun 2000 sebelum masehi bangsa Mesir Kuno menggunakan papyrus untuk menyampaikan pesan tertulis dan merekam informasi. Pada era bangsa Maya dan bangsa Cina mengembangkan sistem tulisan mereka secara independen, bahkan di cina pada tahun 1041 yaitu Pi Seng telah menemukan sejenis alat cetak buku yang sederhana (Moerdiati,2012:29).

Pada periode perkembangan selanjutnya, tradisi media lisan kemudian berkembang seiring dengan ditemukannya sejenis alat cetak buku. Sekitar tahun 1900 yang merupakan era awal masyarakat industri mulai memasuki tradisi baru yaitu media cetak. Proses telekomunikasi kemudian dilakukan melalui *paper-based communication*. Di era inilah lahir produk media komunikasi seperti buku, majalah, surat kabar dll. Seiring berkembangnya jaman, teknologi lain mulai ditemukan. Penemuan telephone dan telegraph menjadi media komunikasi baru pada saat itu dalam proses menyampaikan pesan.

Tradisi penyampaian komunikasi dan informasi kemudian berkembang seiring dengan masyarakat yang berubah dari masyarakat industri menjadi masyarakat post industri atau yang kemudian dikenal

dengan sebutan masyarakat modern. Pada pertengahan tahun 1950 arus globalisasi mulai menyebar pada masyarakat. penyampaian informasi yang tadinya menggunakan jasa kurir ataupun tukang post kemudian berkembang dimana penyampaiannya menggunakan gelombang elektronik. Ini merupakan era kemunculan TV (hitam-putih), Radio, LP Records, Amplifier.

Perkembangan teknologi sejak ditemukannya media baru seperti TV dan Radio membuat peran penyampaian informasi melalui media elektronik semakin meningkat dan kemudian berkembang dengan terjadinya penggabungan (integrasi) antara media (misal: TV-menjadi berita elektronik yang bisa dibaca melalui situs berita online, telephone yang kemudian bisa dilakukan melalui email untuk mengirimkan pesan elektronik dan ini sifatnya lebih personal langsung mengena) yang kemudian meningkatkan digitaliasi. Era ini merupakan awal dari divergensi media, dimana terdapat penggabungan media yang lebih memudahkan masyarakat untuk memperoleh informasi dimana saja dan kapanpun. Tradisi ini merupakan *second media* yang terjadi sekitar pertengahan tahun 1980, dalam era ini informasi disampaikan melalui broadcast message serta dipublish melalui media. Telephone yang tadinya hanya untuk melakukan sambungan jarak jauh kemudian memiliki mesin penjawab otomatis, Pagers, kemudian munculnya Mobile Phones, komputer, video games, video recorders, audio cd, TV Kabel dan Satelit, email, video text.

Memasuki era tahun 1990 hingga tahun 2000an masyarakat dunia memasuki era digital, dengan munculnya internet, digital mobile phones, mobile data, laptop, notebook. Kemunculan internet kemudian membuat banyak tayangan media melalui tv, radio maupun cetak memanfaatkan teknologi ini contohnya saja munculnya internet tv, internet telephone, video telephones, digital broadcast tv, digital video recording.

Seiring berkembangnya media komunikasi yang dulunya bersifat satu arah, kini media menjadi lebih interaktif. Khalayak tidak lagi sekedar objek yang terpapar oleh informasi, tetapi khalayak telah di libatkan lebih aktif karena teknologi menyebabkan interaksi dimedia bisa terjadi. Kenyataan akibat teknologi ini kemudian membawa perubahan pada sisi khalayak, terutama dalam hal kepuasan terhadap informasi yang didapat. Lahirnya internet memberikan pilihan bagi khalayak tidak hanya dalam mencari dan mengkonsumsi informasi semata, tetapi khalayak juga bisa memproduksi informasi itu. (Nasrullah, 2014:2)

3. Media Baru

Perkembangan media massa saat ini begitu cepat. Seiring dengan perkembangan teknologi komunikasi, komunikasi massa pun semakin canggih dan kompleks, serta memiliki kekuatan yang lebih dari masa-masa sebelumnya. Seperti yang kemukakan oleh Flew (2014:4-5) bahwa media baru merupakan terminologi untuk konvergensi antara teknologi komunikasi digital yang terkomputerisasi serta terhubung ke dalam jaringan. Contoh media yang merepresentasikan media baru adalah internet.

McQuail (2010) mengatakan bahwa media baru ialah berbagai perangkat teknologi komunikasi dengan berbagai cara yang sama yang mana selain baru dimungkinkan dengan digitalisasi dengan fokus perhatian terutama pada aktivitas kolektif bersama yang berjudul “internet” terutama pada pengguna public, seperti berita daring, iklan, aplikasi penyiaran (termasuk mengunduh music, dan lain-lain) forum dan aktivitas diskusi, *world wide web*, pencarian informasi, dan potensi pembentukan komunitas tertentu. Adapun ciri utama dari media baru adalah adanya saling keterhubungan, aksesnya terhadap khalayak individu sebagai penerima maupun pengirim pesan, interaktivitasnya, kegunaannya yang beragam sebagai karakter yang terbuka, dan sifatnya yang ada dimana-mana.

New media (media baru/media online) memiliki kecepatan untuk melakukan sebuah interaksi, lebih efisien, lebih murah, lebih cepat untuk mendapatkan sebuah informasi terbaru dan ter-update informasinya. Kelemahannya pada jaringan koneksi internet saja jika jaringan internet lancar dan cepat maka informasi yang disampaikan kepada pembacanya dengan cepat serta harus ada juga koneksi internet dimana pun berada bersama media baru (new media/media online). Media online/media baru (New Media) masuk ke dalam kategori komunikasi massa, karena pesan yang disampaikan kepada khalayak luas lewat media online / Media Baru (New Media).

John Vivian (2008) dalam Nasrullah (2014:13-14) mengatakan bahwa keberadaan media baru seperti internet bisa melampaui pola

penyebaran pesan media tradisional. Sifat internet yang bisa berinteraksi mengaburkan batas geografis, kapasitas interaksi, dan yang terpenting bisa dilakukan secara *real time*. Gane dan Beer (2008) memaparkan karakteristik media baru dengan term *network*, *interactivity*, *information*, *interface*, *archive*, dan *simulation*;

Era Media Pertama (Broadcast)	Era Media Kedua (Interactivity)
Tersentral (dari satu sumber ke banyak khalayak)	Tersebar (dari banyak sumber ke banyak khalayak)
Komunikasi terjadi satu arah	Komunikasi terjadi timbal balik dan dua arah
Terbuka peluang sumber atau media untuk bebasnya control terhadap sumber	Tertutupnya penguasaan media dan dikuasai
Media merupakan instrument yang melanggengkan strata dan ketidaksertaan kelas sosial	Media memfasilitasi setiap khalayak (warga negara)
Terfragmentasinya khalayak dan dianggap sebagai massa.	Khalayak bisa terlihat sesuai dengan karakter dan tanpa meninggalkan keragaman identitasnya masing-masing
Media dianggap dapat atau sebagai alat memengaruhi kesadaran	Media melibatkan pengalaman khalayak baik secara ruang maupun waktu

Tabel 2. 1 Perbedaan antara Era Media Pertama dan Kedua

(Sumber : Nasrullah 2014:14)

Salah satu karakter dari apa yang disebut sebagai media lama atau baru yaitu term *broadcast* yang mewakili konteks media lama sementara *interactivity* mewakili media baru. Holmes (2005) dalam Nasrullah (2014:14) mengatakan bahkan membagi media dalam perspektif historis

yang menjadi era media pertama (*first media age*) dengan pola *broadcast* dan era media kedua (*second media age*) dengan pola *interactivity*.

Artinya bahwa khalayak dari media baru tidak sekedar ditempatkan sebagai objek yang menjadi sasaran dari pesan. Khalayak dan perubahan teknologi media serta pemaknaan terhadap medium telah memperbaharui peran khalayak untuk menjadi lebih interaktif terhadap pesan itu. Manovich dalam (Nasrullah 2014:14) menegaskan bahwa konsep interaktiv itu telah mengaburkan batasan-batasan fisik maupun sosial. Menurutnya, terdapat dua tipologi untuk mendekati kata *interactivity* dalam perspektif media baru, yakni ke dalam tipe ‘terbuka’ (*open*) dan tipe ‘tertutup’ (*closed*). Dalam tipe ‘terbuka’ khalayak tidak sekedar disodorkan pilihan tetapi bisa menentukan cara mengakses media baru sesuai dengan apa yang diinginkan. Disamping itu, tipe “tertutup” hanya membatasi khalayak untuk mengkonsumsi media sesuai dengan struktur atau pilihan yang sudah dibuat.

4. Media Sosial

a. Definisi Media Sosial

Van Dijk dalam Nasrullah (2015:11) menyatakan bahwa media sosial adalah platform media yang memfokuskan pada eksistensi pengguna yang memfasilitasi mereka dalam beraktifitas maupun berkolaborasi. Karena itu media social dapat dilihat sebagai medium (fasilitator) online yang menguatkan hubungan antar pengguna sekaligus sebuah ikatan sosial.

Meike dan Young dalam Nasrullah (2015:11) mengartikan kata media sosial sebagai konvergensi antara komunikasi personal dalam arti saling berbagi diantara individu (to be share one-to-one) dan media publik untuk berbagi kepada siapa saja tanpa ada kekhususan individu.

Menurut Boyd dalam Nasrullah (2015:12) media sosial sebagai kumpulan perangkat lunak yang memungkinkan individu maupun komunitas untuk berkumpul, berbagi, berkomunikasi, dan dalam kasus tertentu saling berkolaborasi atau bermain. Media sosial memiliki kekuatan pada user-generated content (UGC) dimana konten dihasilkan oleh pengguna, bukan oleh editor sebagaimana di instansi media massa.

Berdasarkan beberapa definisi dari media sosial diatas, pada intinya bahwa media sosial ialah suatu perangkat media atau platform media yang didalamnya memungkinkan untuk penggunanya saling berinteraksi, bertukar informasi dan berkomunikasi dengan memanfaatkan fitur-fitur yang ada.

b. Karakteristik Media Sosial

Adapun karakteristik media sosial menurut Nasrullah (2015:15), yaitu:

- 1) Jaringan (*network*). Jaringan adalah infrastuktur yang menghubungkan antara komputer dengan perangkat keras lainnya. Koneksi ini diperlukan karena komunikasi bisa terjadi

jika antar komputer terhubung, termasuk di dalamnya perpindahan data.

- 2) Informasi (*information*). Informasi menjadi entitas yang penting dari media sosial;
- 3) Arsip (*archive*). Arsip menjadi sebuah karakter yang menjelaskan bahwa informasi telah tersimpan dan bias diakses kapanpun dan melalui perangkat apapun
- 4) Interaksi (*interactivity*). Media sosial membentuk jaringan antar pengguna yang tidak sekedar memperluas hubungan pertemanan atau pengikut (*follower*) semata, tetapi harus dibangun dengan interaksi antar pengguna tersebut.
- 5) Simulasi sosial (*simulation of society*). Media sosial memiliki karakter sebagai medium berlangsungnya masyarakat (*society*) di dunia virtual. Media sosial memiliki keunikan dan pola yang dalam banyak kasus berbeda dan tidak dijumpai dalam tatanan masyarakat yang real.
- 6) Konten oleh pengguna (*user-generated content*). Di Media sosial konten sepenuhnya milik dan berdasarkan kontribusi pengguna atau pemilik akun. UGC merupakan relasi simbiosis dalam budaya media baru yang memberikan kesempatan dan keleluasaan pengguna untuk berpartisipasi. Hal ini berbeda dengan media lama (tradisional) dimana khalayaknya sebatas menjadi objek atau sasaran yang pasif dalam distribusi pesan.

c. Fungsi Media Sosial

Menurut Kietzmann dalam Sriwahyuni (2017) menerangkan bahwa fungsi media sosial itu ibarat “sarang lebah” yang membentuk kerangka jaringan yang terdiri dari “blok-blok” yang berhubungan satu sama lain, sebagai berikut :

- 1) *Identity*-identitas sebagai sebuah blok dari media sosial merinci bagaimana para pengguna mengungkapkan identitas diri dia di tengah-tengah koneksi dengan pengguna lain. Beberapa informasi penting tentang identitas adalah nama, usia, jenis kelamin, profesi, dan lokasi.
- 2) *Conversations* adalah blok yang berisi aktivitas pengguna berkomunikasi dengan pengguna lain. Banyak situs media sosial yang dirancang untuk memfasilitasi percakapan antarpersonal maupun antara personal dengan kelompok atau komunitas lain. Ada beberapa alasan orang melakukan percakapan, misalnya sekedar “*tweet, blog*” atau menampilkan diri melalui “*facebook*” untuk menyampaikan status, mencari informasi tentang orang lain. Dalam “percakapan” inilah para pengguna dapat mendapatkan kawan baru, membangun harga diri, menemukan cinta, menyajikan ide-ide baru, atau mendorong diskusi tentang topik yang sedang hangat dibicarakan dalam masyarakat.

- 3) *Sharing*- media sosial membantu para pengguna melakukan “sharing” yakni melakukan distribusi pesan, menerima pesan, dan bertukar pesan, bahkan lebih penting dari itu dimana para pengguna melakukan “sharing” atas pesan untuk mendapatkan “konten” dalam makna bersama. Karena itu maka istilah “sosial” dalam “media sosial” selalu disiratkan sebagai pertukaran pesan antara manusia secara online.
- 4) *Presence*-media sosial berfungsi untuk menyadarkan kita tentang kehadiran para pengguna baik sebagai pribadi maupun sebagai individu dari mana pengguna itu berasal. Presensi dalam media sosial berfungsi menjelaskan posisi seseorang, “inilah-saya, saya adalah ... saya ada disini... anda siapa? Anda ada dimana ? apakah saya bisa berkoneksi dengan anda?”. Media sosial berfungsi membantu dunia maya dan sepakat untuk berkomunikasi secara langsung.
- 5) *Relationships*-blok hubungan menunjukkan sejauh mana pengguna dapat berhubungan dengan pengguna lain. Dengan “berhubungan” berarti bahwa dua atau lebih pengguna lain memiliki beberapa bentuk hubungan yang membawa mereka untuk berkomunikasi, berbagi objek sosialitas, bertemu, atau hanya berkenalan, dan mendaftarkan identitas satu sama lain sebagai teman.

- 6) *Reputation*-blok yang menunjukkan sejauh mana pengguna dapat mengidentifikasi status sosial orang lain, termasuk menyatakan status diri mereka sendiri. Reputasi dapat memiliki arti yang berbeda pada diri mereka sendiri. Reputasi dapat memiliki arti yang berbeda pada platform media sosial. Dalam kebanyakan kasus, reputasi berkaitan dengan masalah kepercayaan, dan dalam kasus teknologi informasi kebanyakan media sosial masih menentukan kriteria yang sangat kualitatif, misalnya apakah perangkat keras atau lunak yang tersedia secara otomatis menjalin kepercayaan diantara para pengguna.
- 7) *Groups*-blok kelompok dalam media sosial secara fungsional menunjukkan sejauh mana para pengguna dapat membentuk komunitas, kelompok atau bahkan masyarakat baru. Jaringan yang terbentuk tersebut akan menjadi lebih “sosial” hanya jika melibatkan makin banyak orang, dan lebih dari itu “makin tinggi semangat kebersamaannya.”

d. Jenis Media Sosial

Nasrullah (2015:14) menyebutkan ada enam kategori besar dalam pembagian jenis media sosial, yaitu :

- 1) Media jejaring sosial (*social networking*). Nasrullah (2016), situs jejaring sosial adalah media sosial yang paling populer. Media sosial tersebut memungkinkan anggota untuk berinteraksi satu

sama lain. Interaksi terjadi tidak hanya pada pesan teks, tetapi juga termasuk foto dan video yang mungkin menarik perhatian pengguna lain. Semua posting (publikasi) merupakan real time, memungkinkan anggota untuk berbagi informasi seperti apa yang sedang terjadi.

- 2) *Jurnal online* (blog). Blog merupakan media sosial yang memungkinkan penggunanya untuk mengunggah aktivitas keseharian, saling mengomentari, dan berbagi, baik tautan web lain, informasi, dan sebagainya. Secara mekanis, jenis media sosial ini bisa dibagi menjadi dua: pertama, kategori personal homepages, yaitu pemilik menggunakan nama domain sendiri, seperti .com atau .net; kedua, dengan menggunakan fasilitas penyedia halaman weblog gratis, seperti Wordpress (www.wordpress.com) atau Blogspot (www.blogspot.com).
- 3) *Jurnal online* sederhana atau mikroblog (micro-blogging). Tidak berbeda dengan jurnal online (blog), microbloging merupakan jenis media sosial yang memfasilitasi pengguna untuk menulis dan mempublikasikan aktivitas serta atau pendapatnya. Secara historis, kehadiran jenis media sosial ini merujuk pada munculnya Twitter yang hanya menyediakan ruang tertentu atau maksimal 140 karakter.
- 4) Media berbagi (*media sharing*). Situs berbagi media (*media sharing*) merupakan jenis media sosial yang memfasilitasi

penggunanya untuk berbagi media, mulai dari dokumen (file), video, audio, gambar, dan sebagainya. Beberapa contoh media berbagi ini adalah YouTube, Flickr, Photobucket, atau Snapfish.

- 5) Penanda sosial (*social bookmarking*). Penanda sosial atau social bookmarking merupakan media sosial yang bekerja untuk mengorganisasi, menyimpan, mengelola, dan mencari informasi atau berita tertentu secara online. Dalam catatan historis, jenis penanda sosial di internet muncul pada sekitar 1996 dengan munculnya itList dan istilah social bookmarking itu sendiri muncul pada tahun 2003 dengan kehadiran situs Delicious (del.icio.us). Beberapa situs social bookmarking yang populer adalah Delicious.com, StumbleUpon.com, Digg.com, Reddit.com, dan untuk di Indonesia ada LintasMe.

e. Strategi Media Sosial

Safko & Brake (2009:675) dalam bukunya "*The Social Media Bible*" disebutkan ada empat pilar yang mendukung strategi media sosial :

- 1) Komunikasi (Communication) Komunikasi adalah adanya interaksi, bertukar pesan, pikiran, dan pendapat kepada pihak lain (komunikasikan). Setiap perusahaan memiliki banyak konten yang bisa dipakai untuk berkomunikasi dengan audiens. Komunikasinya berjalan secara interaktif yang memiliki dampak berbeda dengan komunikasi tradisional. Dimedia sosial,

audiens bisa langsung menanggapi atau memberi respon pada konten yang dikomunikasikan oleh pengelola perusahaan. Prinsipnya, bermedia sosial adalah perkara membangun percakapan dengan audiens. Sementara kita tidak bisa mengontrol percakapan dengan media sosial tersebut, yang bisa dilakukan adalah mempengaruhi mereka.

- 2) Kolaborasi (Colaboration) Kolaborasi adalah gabungan dari beberapa peralatan media sosial seperti Chat room atau ruang diskusi. Beberapa situs yang menerapkan fungsi kolaborasi adalah Wikipedia, eBay, dan Gather. Kolaborasi ini juga menggabungkan tiga jenis media sosial; blog, microblog, social network. Salah satu kekhasan dari media sosial adalah potensinya untuk menggalang kolaborasi dengan banyak pihak. Potensi kolaborasi yang besar ini mungkin tidak ditemui di era satu dekade sebelumnya. Dengan kolaborasi ini, perusahaan justru bisa mengumpulkan kearifan kolektif (collective wisdom) dari audiens yang mungkin bermanfaat bagi perusahaan.
- 3) Edukasi (Education) Media sosial berfungsi untuk mendidik dan melatih para pelaku media sosial untuk mensukseskan suatu bisnis. Beberapa peralatan media sosial dapat membuat proses pendidikan lebih mudah dan dinamis karena karakteristik dari media sosial yang bersifat masal, cepat, anonim, dan

heterogen (beragam). Media sosial juga bisa menjadi sarana edukasi kepada audiens. Proses berbagi ilmu dan keterampilan di media sosial juga mampu mendukung customer engagement yang sedang dibangun. Dengan edukasi melalui aneka fitur media-media sosial, kehadiran perusahaan disana lebih bermakna (meaningful). Melalui media sosial, perusahaan juga bisa menyuguhkan aneka solusi praktis yang dibutuhkan audiens ketika menghadapi masalah. Perusahaan bisa memanfaatkan aneka platform media sosial, seperti twitter, faeboook, path, youtube, pinterest dan sebagainya.

- 4) Hiburan (Entertainment) Salah satu yang menyenangkan bagi audiens di media sosial adalah hiburan atau segala konten yang mengusung hiburan. Perusahaan bisa memanfaatkan hiburan untuk membangun relasi yang lebih dekat dengan audiens. Media sosial juga menerapkan pilar hiburan, yang tidak hanya menghibur tetapi menjadi suatu komoditas baru. Komoditas tersebut dikemas dalam bentuk yang tidak komersil tapi pada dasarnya itulah komoditas utamanya.

f. Facebook

Facebook didirikan oleh Mark Zuckerberg bersama rekan mahasiswanya Eduardo Saverin, Dustin Moskovitz, dan Chris Hughes. Awal mulanya keanggotaan hanya terbatas pada mahasiswa Harvard saja, namun kemudian keanggotaan diperluas hingga ke

perguruan lain seperti Boston, Ivy League, dan Universitas Stanford. Seiring dengan kepopulerannya diberbagai perguruan tinggi, kemudian menerima keanggotaan dari mahasiswa diuniversitas lain.

Sejak diluncurkan pada Februari 2004 lalu, facebook kini telah memiliki pengguna hingga awal tahun 2019 mencapai 2,38 miliar (cnbcindonesia.com 19 july 2019). Pengguna dapat membuat profil pribadi, meminta dan menambahkan pengguna lain sebagai teman, melakukan pertukaran pesan lewat chat atau mail bos, membuat status terbaru, penerimaan pembaharuan, live streaming dll.

Facebook memiliki sejumlah fitur yang dapat berinteraksi dengan pengguna. Salah satunya adalah dinding, kotak di setiap halaman profil penggunayang mengizinkan teman mereka mengirimkan pesan kepada pengguna tersebut. Salah satu kelemahan facebook ialah memungkinkan pengirim spam dan pengguna lain memanipulasi fitur-fitur tersebut dengan membuat acara bohong demi menarik perhatian ke profil. (Tamburaka 2013:79)

g. Twitter

Ide twitter muncul dari sebuah diskusi yang diselenggarakan oleh anggota dewan dari Podcasting perusahaan Odeo. Dalam pertemuan tersebut, Jack Dorsey memperkenalkan ide twitter dimana individu bisa menggunakan sms layanan untuk berkomunikasi dengan sebuah kelompok kecil. Proyek ini dimulai pada tanggal 21 secara

terbuka pada tanggal 15 juli 2006. Twitter menjadi perusahaan sendiri pada april 2007.

Pengguna media dapat menggunakan twitter sebagai sarana untuk menciptakan konten media dengan memanfaatkan fitur-fitur yang ada didalamnya. Seperti menulis pesan berdasarkan topik tertentu dengan menggunakan pagar (#) (hashtag). Sedangkan untuk menyebutkan atau membalas pesan dari pengguna lain bisa menggunakan tanda @. Diawal kemunculannya, twitter berkembang menjadi jejaring media sosial yang hanya membatasi penggunaanya dengan 140 karakter per-postingan. Tetapi sejak 2017 lalu, twitter kemudian menambah jumlah karakter menjadi 280 karakter per-postingan.

Twitter adalah sebuah situs web yang dimiliki dan dioperasikan oleh Twitter Inc., semacam jejaring sosial berupa microblog sehingga memungkinkan penggunanya untuk mengirim dan menerima pesan yang disebut kicauan (tweets). Kicauan bisa dilihat secara luas, namun pengirim dapat membatasi pengiriman pesan ke daftar teman-teman mereka saja. Pengguna dapat melihat kicauan penulis lain yang dikenal dengan sebutan pengikut (followers). Selain dapat digunakan melalui perangkat computer juga yang paling sering digunakan melalui perangkat computer juga yang paling sering digunakan oleh pengguna saat ini melalui aplikasi telepon seluler, atau dengan pesan singkat

(sms) yang tersedia dinegara-negara tertentu, namun saat ini hampir di semua negara aplikasi sudah tersedia.

Di Indonesia, twitter sangat populer. Terlebih lagi, kemudahan yang disediakan oleh smartphone yang memungkinkan untuk mendownload aplikasi yang mendukung. Banyak yang mengatakan bahwa twitter adalah cara yang baik untuk tetap berhubungan dengan teman-teman. Namun, beberapa pengguna merasa 'terlalu' terhubung, karena mereka selalu menerima pesan yang tidak relevan dengan kebutuhan mereka. (Tamburaka 2013:81-82)

h. Instagram

Instagram merupakan salah satu media sosial yang tengah digandrungi banyak orang. Penggunannya pun sangat beragam, mulai dari anak-anak hingga orangtua. Mulai dari pelajar hingga pebisnis. Media sosial yang fokus pada platform berbagi foto dan video ini makin meroket popularitasnya hingga mampu disamakan dengan Facebook dan Twitter.

Instagram adalah sebuah aplikasi berbagi foto dan video yang memungkinkan pengguna mengambil foto, mengambil video, menerapkan filter digital dan aktivitas berjejaring lainnya. Nama Instagram berasal dari kata 'Instan' dan 'telegram'. Kata 'instan' yang mendasari penamaan 'insta' dimaksudkan seperti kamera polaroid yang pada masanya lebih dikenal dengan sebutan "foto instan".

Dengan makna ini Instagram juga dapat menampilkan foto-foto secara instan, seperti polaroid di dalam tampilannya. Sedangkan kata telegram merujuk pada sebuah alat yang bekerja mengirimkan informasi kepada orang lain dengan cepat. Hal ini sama dengan fungsi Instagram yang dapat mengunggah foto dengan koneksi Internet, sehingga informasi yang ingin disampaikan dapat diterima dengan cepat.

Instagram adalah jejaring sosial yang lahir dari sebuah perusahaan bernama Burbn, Inc. yang berdiri pada 6 Oktober 2010. Perusahaan ini didirikan oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger yang saat ini menjadi CEO dari Instagram. Kedua CEO tersebut memutuskan untuk lebih memfokuskan Burbn pada aplikasi yang memungkinkan penggunanya untuk berbagi foto dan video, berkomentar, dan juga kemampuan untuk menyukai sebuah foto. Aplikasi inilah yang merupakan cikal bakal dari Instagram. Awalnya aplikasi ini hanya dapat dinikmati oleh pengguna iPhone. Pada 9 April 2012, Facebook resmi mengambil alih Instagram senilai hampir \$1 miliar dalam bentuk tunai dan saham. Logo dari Instagram sendiri berupa kamera polaroid yang menggambarkan sebuah aplikasi berbagi foto dan video instan.

Terus meningkatnya Instagram tak jauh dari peran fitur-fitur istimewa yang ditawarkan oleh Instagram. Instagram adalah media sosial yang memungkinkan penggunanya membagikan foto dan video

kepada para pengikutnya. Berikut fitur-fitur unggulan yang dimiliki Instagram :

1) Berbagi Foto dan Video

Fitur yang paling utama dari Instagram adalah sebagai tempat untuk berbagi foto dan video kepada pengguna lainnya. Foto yang ingin diunggah dapat diperoleh melalui galeri album foto maupun langsung dari fitur kamera bawaan aplikasi Instagram. Pengguna dapat memberikan caption dan filter pada foto-fotonya. Selain itu pengguna juga dapat melakukan tag atau menandai pengguna lain yang terlibat dalam foto tersebut.

Yang menarik dari Instagram adalah pengguna dapat mengedit foto yang ingin diunggah dengan efek atau filter yang telah tersedia di Instagram. Pada versi awalnya, Instagram memiliki 15 efek foto yang dapat digunakan oleh para pengguna pada saat mereka hendak menyunting fotonya. Namun saat ini Instagram telah memiliki lebih dari 15 filter.

2) Komentar dan Like

Pada foto atau video yang diunggah, pengguna lain dapat memberikan komentar dan like. Instagram memiliki sebuah fitur tanda suka yang fungsinya memiliki kesamaan dengan yang

disediakan Facebook, yaitu sebagai penanda bahwa pengguna yang lain menyukai foto yang telah diunggah.

Durasi waktu dan jumlah suka pada sebuah foto di dalam Instagram dapat menjadi faktor khusus yang mempengaruhi kepopuleran foto tersebut. Jumlah pengikut juga menjadi salah satu unsur yang penting membuat foto menjadi terkenal. Bila sebuah foto menjadi terkenal, maka secara langsung foto tersebut akan masuk ke dalam halaman populer tersendiri.

3) Explore

Pada Juni 2012, Instagram memperkenalkan fitur Explore. Explore pada Instagram adalah sebuah tab di dalam aplikasi yang menampilkan foto-foto populer, foto yang diambil di lokasi terdekat, dan pencarian.

Tab ini kemudian diperbarui pada Juni 2015 untuk menampilkan tag dan tempat yang sedang tren, konten yang dikuratori, dan kemampuan untuk mencari lokasi. Pada April 2016, Instagram menambahkan saluran "Videos You Might Like" ke tab diikuti oleh saluran "Events" pada bulan Agustus, menampilkan video dari konser, permainan olahraga, dan acara langsung lainnya,

4) Instagram Story

Pada bulan Agustus 2016, Instagram meluncurkan Instagram Stories. Fitur ini memungkinkan pengguna untuk mengambil foto dan video, menambahkan efek dan layer dan kemudian menambahkannya ke kilas cerita Instagram mereka.

Konten yang diunggah ke Instagram story akan hilang setelah 24 jam. Media mencatat kesamaan fitur ini dengan Snapchat. Fitur ini semakin berkembang dengan ditambahkan kemampuan membagi lokasi, stiker, dan efek dari foto dan video yang di unggah ke Instagram Story. Pada bulan November, Instagram menambahkan fungsionalitas video langsung atau Live Video ke Instagram Stories, yang memungkinkan pengguna untuk menyiarkan diri mereka secara langsung, dengan video menghilang segera setelah mengakhirinya.

5) IGTV

IGTV pada Instagram adalah fitur video vertikal yang diluncurkan oleh Instagram pada Juni 2018. Fungsionalitas dasar juga tersedia dalam aplikasi dan situs web Instagram. IGTV memungkinkan unggahan berdurasi hingga 10 menit dengan ukuran file hingga 650 MB. (liputan6.com 1 maret 2019).

5. Hoaks

a. Sejarah Hoaks (*Hoax*)

Lynda Walsh dalam tulisannya *Sins against Science: The Scientific Media Hoaxes of Poe, Twain, and Others* (2006) menuliskan kata "*hoax*" muncul pada tahun 1808, tetapi setelah ditelusuri kembali beberapa ratus tahun yang lalu, frasa *hoax* muncul dari kata "*hocus pocus*". Frasa ini dianggap sebagai parodi dari *hoc est corpus* yang digunakan oleh pastor katolik sebagai tuan rumah selama ekaristik (perjamuan kudus) yang sedang melakukan transubstansiasi (perubahan hakikat).

Alex Davies (2013) dalam Gunawan dan Ratmono (2018:7) juga menjelaskan bahwa berdasarkan *Oxford English Dictionary* memperkirakan istilah *hoax* berasal dari kata "*hocus*". Definisi hoaks (*hoax*) pertama kali muncul dalam suatu referensi yang ditulis pada 1796: "*To deceive by an amusing or mischievous fabrication or fiction, to play upon the credulity of*" Hoaks berarti menipu melalui rekayasa atau fiksi yang memikat dan nakal atau memainkan kepercayaan.

Davies kemudian memaparkan beberapa kriteria hoaks berdasarkan pengertian diatas, : *pertama*, hoaks mengandung unsur main-main sehingga bisa menghibur dan menyenangkan. *Kedua*, tidak seperti informasi palsu yang bertujuan menipu secara permanen, hoaks bisa menipu tetapi hanya sementara, atau paling

tidak sampai orang yang percaya tersadar bahwa yang dia yakini benar itu ternyata hoaks. Dengan kata lain, hoaks memiliki kemampuan meyakinkan meskipun bisa jadi hanya sementara. Karena itu, *ketiga*, hoaks bisa menunda ketidakpercayaan dikalangan penerima atau pembacanya. *Keempat*, hoaks bisa juga merupakan kritik yang tidak lugas, meskipun dalam kenyataan kritik itu sering tidak berbeda dari kebencian dan cenderung bersumber dari data yang tidak dapat dipertanggung jawabkan. (Gunawan dan Ratmono (2018:7))

Sejarah awal munculnya Hoaks (*hoax*) juga dituliskan Finneman dan Thomas (2018) dalam artikel yang berjudul "*A family of falsehoods Deception, Media Hoaxes and Fake News*" bahwa pada tahun 1700an dan awal 1800an, hoaks cenderung muncul sebagai sarana untuk mengkritik masyarakat dan membuktikan suatu hal. Diketahui bahwa salah satu hoaks pertama di Amerika terjadi pada tahun 1708. Saat itu, seorang penulis terkenal bernama Jonathan Swift menggunakan nama samaran Isaac Bickerstaff untuk menulis sebuah ramalan mengenai kematian astrolog John Partridge. Tulisan itu kemudian diyakini Swift sebagai sebuah kenyataan dan bermaksud untuk menggiring pembacanya untuk mempercayai tulisannya. Maksud dari tulisan Swift tersebut adalah untuk mempermalukan "para pembaca yang mudah tertipu yang percaya pada astrologi," menggunakan hoaks

untuk mengkritik kepercayaan pada pseudosain (ilmu semu) tersebut.

Orang Amerika terkenal lainnya juga menciptakan hoaks dalam upaya memprovokasi pencerahan publik. Benjamin Franklin membuat pidato yang diterbitkan pada tahun 1747 dikatakan berasal dari persidangan pengadilan "Polly Baker." Franklin ingin menunjukkan standar ganda wanita, tetapi bukan pria, yang dihukum karena memiliki anak di luar pernikahan. Franklin juga membuat tipuan untuk mengkritik kebijakan Inggris untuk koloni-koloni Amerika dan untuk menyerang intoleransi agama, perbudakan dan sihir. Oleh karena itu, Franklin menggunakan hoaks sebagai upaya untuk membuat orang berpikir lebih banyak tentang ketidakadilan sosial: "Itu menjadi sarana untuk mendidik dan mencerahkan orang-orang. dan untuk meningkatkan kondisi manusia itu sendiri".

Awal kemunculan hoaks digunakan sebagai cara untuk mengkritik atau memprotes sesuatu yang tidak seharusnya dipercayai masyarakat atau kata lainnya sebagai pembenaran untuk sebuah tipuan (hoaks). Kemudian pada pertengahan 1800an hoaks berkembang sebagai sarana hiburan dan penjualan surat kabar.

Salah satu cerita hoaks yang paling terkenal pada tahun 1844 ditulis Poe pada New York Sun yang menjelaskan ada

seorang pria Inggris menyeberangi Samudra Atlantik dalam sebuah balon dalam tiga hari. Sontak, berita tersebut menjadi heboh di masyarakat dan meningkatkan jumlah penjualan surat kabar New York Sun pada saat itu. Kurangnya pendidikan masyarakat membuat mereka mudah dibodohi oleh cerita hoaks yang diterbitkan oleh surat kabar.

Memasuki awal tahun 1900an, produksi berita hoaks mulai menurun seiring dengan berkembangnya jurnalisme profesional untuk menciptakan berita yang berdasar pada objectivitas. Tetapi, produksi berita hoaks tidak serta merta hilang, beberapa surat kabar bahkan menggunakan hari april mop sebagai alasan untuk menerbitkan berita hoaks.

b. Definisi Hoaks (*Hoax*)

Perwakilan pihak KBBI mengatakan pada kompas.com bahwa sejak peluncuran KBBI edisi V 2017 lalu, kata hoaks telah terdapat di website resmi KBBI yang berarti berita bohong. Hoaks berasal dari kata serapan bahasa asing yaitu hoax. Berdasarkan pemaparan dari salah satu perwakilan dari KBBI dalam tulisan kompas.com yang menyatakan bahwa hoaks merupakan kata serapan dari Bahasa Inggris yaitu hoax, yang kemudian diartikan sebagai berita bohong dalam Bahasa Indonesia.

Dalam perbincangan sehari-hari, hoaks sering diartikan sebagai berita bohong atau berita palsu. Majalah Tempo edisi

Januari 2017 mengangkat hoaks sebagai tajuk liputan dan menerjemahkan hoaks sebagai berita palsu dan membedakannya dengan *fake news* yang diartikan sebagai berita rekayasa. Tempo menyebutkan beberapa ciri hoaks, yaitu: (1) berita yang disajikan bohong atau palsu; (2) peristiwa diebih-lebihkan atau dihilangkan bagian-bagian tertentu; (3) tulisan atau teks tidak sesuai gambar; (4) judul tidak sesuai isi berita; (5) memuat kembali peristiwa lama dan menjadikannya seolah-olah peristiwa aktual dengan tujuan mendukung isu yang sedang ramai dibicarakan; dan (6) sengaja memuat foto peristiwa lain yang diubah sedemikian rupa untuk mendukung isu yang sedang ramai diperbincangkan.

Sementara itu, *fake news* atau berita rekayasa dikatakan oleh Tempo punya ciri: (1) fakta yang disajikan tidak ada, dan (2) foto yang ditampilkan hasil penyuntingan atau kolase. Intinya, hoaks merujuk peristiwa faktual atau benar-benar terjadi sekalipun cara penyampaiannya problematik dan terdistorsi; sementara *fake news* menghadirkan peristiwa yang tidak faktual atau tidak berisi fakta sama sekali.

Definisi hoaks dan *fake news* yang diterangkan majalah Tempo berbeda dengan pandangan Allcot & Gentzkow (2017: 214), hoaks dan *fake news* berkaitan erat. Mereka mengatakan, hoaks adalah "sepupu dekat *fake news*". Dalam Allcot & Gentzkow (2017: 213-214) mengartikan berita palsu (*fake news*) sebagai

"artikel berita yang terbukti keliru dan disengaja serta dapat menyesatkan pembaca: Mereka menyebutkan bahwa berita palsu tidak berbasis fakta namun ditampilkan layaknya faktual. Sementara hoaks (*hoax*) atau saudara sepupu *fake news* diartikan sebagai "laporan yang dibelokkan atau menyesatkan namun tidak sepenuhnya salah". Dalam pandangan mereka, baik berita palsu maupun hoax sama-sama dapat menyesatkan pembaca. Bedanya, berita palsu sama sekali tidak benar dan tidak faktual, sedangkan hoaks (*hoax*) tidak seluruhnya keliru namun berpotensi menyesatkan.

Pada intinya, baik hoaks (*hoax*) atau berita palsu atau berita rekayasa (*fake news*) adalah kedua jenis berita yang sama-sama tidak benarkan dan tidak dapat dipercaya atau menyesatkan. Berdasarkan definisi para ahli diatas, dapat dikatakan bahwa Hoaks yang merupakan kata serapan dari *hoax*, berarti informasi yang berisi berita bohong atau tidak benar yang dibelokkan dari berita aslinya, yang dapat berujung menyesatkan.

c. Jenis Hoaks

Adapun jenis-jenis informasi Hoaks yang dipaparkan Armiadi (2017:15) :

1) *Fake News* : Berita Palsu

Berita yang berusaha menggantikan berita yang asli. Berita ini bertujuan untuk memalsukan atau memasukkan

ketidakbenaran dalam suatu berita. Penulis berita bohong biasanya menambahkan hal-hal yang tidak benar dan teori persekongkolan, makin aneh, makin baik. Berita bohong bukanlah komentar humor terhadap suatu berita.

2) *Clickbait*: Tautan jebakan

Tautan yang diletakkan secara strategis didalam suatu situs dengan tujuan untuk menarik orang masuk ke situs lainnya. Konten didalam tautan ini sesuai fakta namun judulnya dibuat berlebihan atau dipasang gambar yang menarik untuk memancing pembaca.

3) *Confirmation bias* : Bias Konfirmasi

Kecendrungan untuk menginterpretasikan kejadian yang baru terjadi sebaik bukti dari kepercayaan yang sudah ada.

4) *Misinformation*

Informasi yang salah atau tidak akurat, terutama yang ditujukan untuk menipu.

5) *Satire*

Sebuah tulisan yang menggunakan humor, ironi, hal yang dibesar-besarkan untuk mengomentari kejadian yang sedang hangat. Berita satir dapat dijumpai dipertunjukkan televisi seperti "Saturday night live" dan "This Hour has 22 Minutes".

6) *Post-truth*; Pasca-kebenaran

Kejadian dimana emosi lebih berperan dari pada fakta untuk membentuk opini public.

7) Propaganda

Aktivitas menyebarluaskan informasi, fakta, argument, gossip, setengah-kebenaran, atau bahkan kebohongan untuk mempengaruhi opini public

d. Ciri-ciri Hoaks

Armiadi (2017:16) memaparkan beberapa hal mengenai ciri-ciri informasi hoaks :

- 1) Sumber beritanya berasal dari pihak yang tidak dapat dipercaya. Tidak ada tautan ke sumber resmi. Berita tersebut dari situs yang tidak jelas siapa penanggung jawabnya, apakah perorangan, lembaga, atau lainnya. Atau dari situs yang tidak dapat dipastikan apakah memiliki kredibilitas atau reputasi berita yang cukup baik.
- 2) Gambar, foto atau video yang dipakai merupakan rekayasa, atau bahkan tidak nyambung beritanya. Misalnya, hasil editing dari sumber asli yang dibuat asal saja.
- 3) Menggunakan kalimat yang provokatif, sehingga mudah memengaruhi pembaca atau pendengarnya.
- 4) Mengandung unsur politis dan SARA.

B. Kajian Teori

1. Teori Media Baru (*New Media Theory*)

Teori media baru merupakan teori yang mengemukakan bahwa media baru merupakan teori yang membahas mengenai perkembangan media. Pierry Levy memandang *World Wide Web* (WWW) sebagai sebuah lingkungan informasi yang terbuka., fleksibel dan dinamis, yang memungkinkan manusia mengembangkan orientasi pengetahuan yang baru dan juga terlibat dalam dunia demokratis tentang pembagian mutual dan pemberian kuasa yang lebih interaktif dan berdasarkan pada masyarakat.

Teori ini didasarkan pada dua asumsi, yaitu interaksi sosial dan integrasi sosial :

- a. Interaksi Sosial membedakan media menurut seberapa dekat media dengan model interaksi tatap muka. Media lama dinilai lebih menekankan pada penyebaran informasi yang mengurangi peluang adanya interaksi. Lalu, media baru dianggap lebih interaksi dan menciptakan sebuah pemahaman baru tentang komunikasi pribadi. Media baru memberikan bentuk interaksi yang baru pada hubungan pribadi dalam cara yang tidak bisa dilakukan media sebelumnya. Media baru juga mengandung kekuasaan dan batasan, kerugian dan keuntungan dan kebingungan. Media baru juga mungkin memberikan keluwesan waktu dalam penggunaan, tetapi juga menciptakan tentutan waktu yang baru.

- b. Integrasi Sosial dimana interaksi tatap muka bukan lagi menjadi standar utama atau dasar bagi perbandingan media komunikasi. Media diritualkan karena media menjadi kebiasaan, sesuatu yang formal dan memiliki nilai yang lebih besar dari penggunaan media itu sendiri. (Littlejohn dan Ross, 2014 dalam <https://www.slideshare.net/sorayaratna/soraya-ratna-pratiwi-teori-media-baru-new-media-theory>)

Salah satu bagian dari new media adalah “*network society*” yang merupakan formasi sosial yang berinfrastruktur dari kelompok, organisasi dan komunitas massa yang menegaskan bentuk awal dari organisasi dari segala segi (individu, grup, organisasi, dan kelompok sosial). Dengan kata lain, aspek mendasar dari formasi teori ini adalah semua yang memiliki hubungan yang luas secara kolektivitas. (Van Dijk 2006 dalam Jamilah 2016)

Adapun karakteristik kunci untuk membedakan media lama dengan media baru dari perspektif penggunaannya :

- a. Interkatifitas, sebagaimana ditunjukkan oleh rasio respons atau inisiatif dari sudut pandang pengguna terhadap penawaran sumber atau pengirim.
- b. Kehadiran sosial (*social presence or sociability*) dialami oleh pengguna, artinya rasa kontak pribadi dengan orang lain yang dapat ditimbulkan dengan menggunakan media.

- c. Kekayaan media, jangkauan di mana media dapat menjembatani kerangka referensi yang berbeda, mengurangi ambiguitas, memberikan lebih banyak petunjuk, melibatkan lebih banyak indra, dan lebih personal.
- d. Otonomi (*autonomy*), derajat dimana seorang pengguna merasakan kendali atas konten dan penggunaan yang mandiri.
- e. Unsur bermain-main (*playfulness*), kegunaan untuk hiburan dan kesenangan, sebagai lawan dari sifat fungsi dan alat.
- f. Privasi (*privacy*), berhubungan dengan kegunaan media dan/atau konten tertentu.
- g. Personalisasi (*personalization*) derajat dimana konten dan pengguna menjadi personal dan unik. (McQuail 2010)

Kemunculan media baru turut memberikan andil akan perubahan pola komunikasi masyarakat. Media baru, dalam hal ini internet sedikit banyak mempengaruhi cara individu berkomunikasi dengan individu lainnya. Internet dikehidupan sekarang hadir untuk memenuhi kebutuhan manusia dalam berkomunikasi dan memperoleh informasi. Internet berfungsi sebagai jaringan global untuk komunikasi dari satu lokasi ke lokasi lainnya dibelahan dunia. Internet juga berfungsi sebagai aspek penyedia informasi yang tidak ada batasan. Mengakses internet saat ini sudah menjadi rutinitas kebanyakan masyarakat. Tidak hanya dengan menggunakan computer atau laptop saja tetapi kini dapat mengaksesnya

melalui handphone dengan berbagai kemudahan yang ditawarkan oleh sejumlah provider telepon seluler. (Muladiyah 2017)

Seorang peneliti komunikasi Carrie Heeter pada tahun 1983 memaparkan dimensi-dimensi interaktivitas yang digunakan untuk mengklarifikasi media, yaitu:

- a. Dimensi kompleksitas dari pilihan yang tersedia. Maksudnya adalah berapa banyak pilihan yang dimiliki khalayak dalam segi isi informasi dan waktu yang bisa digunakan untuk mengaksesnya.
- b. Dimensi besaran usaha yang harus dikeluarkan oleh khalayak untuk dapat menerima pesan dari media yang bersangkutan. Dengan kata lain, bagaimana perbandingan aktivitas yang dilakukan khalayak dengan aktivitas yang dibuat media.
- c. Dimensi tingkat respon media terhadap khalayaknya. Maksudnya adalah seberapa aktif sebuah media dapat merespon umpan balik yang diberikan khalayaknya. Media dengan tingkat interaktivitas yang tinggi menanggapi umpan balik yang diberikan oleh khalayaknya dengan cepat. Dalam kondisi tertentu, media dengan tingkat interaktivitas yang tinggi dapat melakukan interaksi dengan khalayaknya seakan-akan melakukan percakapan langsung.
- d. Dimensi kemampuan untuk mengawasi pengguna informasi oleh khalayaknya. Media dengan tingkat interaktivitas yang tinggi dapat memantau perilaku khalayak dalam menerima pesannya, kemudian

menyesuaikan sistemnya berdasarkan umpan balik yang dihasilkan dari analisis perilaku tersebut.

- e. Dimensi kemudahan dalam menambah informasi baru. Maksudnya adalah seberapa mudah khalayak dapat turut menyediakan dan menyebarkan pesan kepada khalayak lain. Berdasarkan kriteria ini, siaran televisi memiliki interaktivitas rendah, sedangkan media online memiliki tingkat interaktivitas yang sangat tinggi.
- f. Dimensi kemampuan memfasilitasi komunikasi internet. Maksudnya adalah seberapa mudah interaksi terjadi antar khalayak dapat terjadi (Heeter, 1988:25)

Teori ini dianggap relevan dengan penelitian ini karena penggunaan media baru yang digunakan oleh Kepolisian Daerah Sulawesi Selatan adalah media sosial yang termasuk kedalam media komunikasi baru yang jangkauannya sangat luas dan tak terbatas. Lingkungan informasi yang terbuka, fleksibel, dan dinamis adalah kata yang tepat menggambarkan bagaimana suatu media baru seperti media sosial hadir ditengah masyarakat luas khususnya pengguna media baru seperti media sosial dll.

2. Teori Ekologi Media (*Media Ecology Theory*)

Teori ekologi media adalah teori tentang bagaimana media dan proses komunikasi mempengaruhi persepsi manusia, perasaan, emosi, dan nilai teknologi yang mempengaruhi komunikasi melalui teknologi baru. Media Teori Ekologi berpusat pada prinsip-prinsip bahwa masyarakat tidak

bisa lepas dari pengaruh teknologi dan teknologi yang akan tetap menjadi pusat untuk hampir semua lapisan masyarakat. (West & Turner 2008:139)

McLuhan adalah seorang ilmuwan kritik sastra sastra berkebangsaan Kanada yang menggunakan puisi, fiksi, politik, teater musical, dan sejarah untuk menunjukkan bahwa teknologi yang menggunakan media membentuk perasaan, pikiran, dan tindakan orang. McLuhan menyatakan bahwa kita memiliki hubungan yang bersifat simbiosis dengan teknologi yang menggunakan media; kita menciptakan media; dan sebagai gantinya teknologi menciptakan kembali diri kita sendiri. (West & Turner 2008:140)

Media Ecology Association 2005 menyatakan definisi ekologi media dari Lance Strate sebagai “ kajian mengenai lingkungan media, ide bahwa teknologi dan teknik, mode (cara penyampaian, penjelasan) informasi dan kode komunikasi memainkan peran utama dalam kehidupan manusia.” Media dijadikan sebagai teknologi yang dapat memberikan penyampaian informasi dan kode komunikasi lainnya, yang kemudian berperan penting dalam kehidupan manusia.

Teori ini dibingkai oleh 3 asumsi dasar (West & Turner 2008:140-142) :

a. Media Melingkupi Setiap Tindakan Didalam Masyarakat.

Manusia tidak dapat melarikan diri dari media, media melingkupi seluruh keberadaan kita. Pernyataan ini berdasarkan pemikiran McLuhan yang mengatakan bahwa kehidupan manusia tidak hanya tergantung pada media tradisional (seperti Televisi,

radio, film, atau surat kabar) McLuhan juga melihat bahwa angka, game, bahkan uang juga dapat dikatakan sebagai media yang mempengaruhi masyarakat. Misalnya pada uang, McLuhan menyimpulkan bahwa uang dijadikan sebagai kebutuhan pokok dan menjadi benda yang wajib di miliki. Uang, memungkinkan orang untuk berpetualang keliling dunia, dan dapat berfungsi sebagai perantara untuk mendapatkan pengetahuan ataupun informasi. McLuhan melihat bahwa uang diumpamakan sebagai Bahasa yang dapat berkomunikasi dengan masyarakat.

McLuhan menyatakan bahwa media diinterpretasikan dalam artian luas selalu hadir di dalam kehidupan kita. Media-media ini mentransformasi masyarakat kita baik melalui game yang kita mainkan, radio yang kita dengarkan, televise yang kita nonton.

b. Media Memperbaiki Persepsi Kita Dan Mengorganisasikan Pengalaman Kita.

Asumsi kedua dari teori ini berkaitan dengan asumsi pertama yang mengatakan bahwa manusia dipengaruhi langsung oleh media dalam hampir setiap aktivitas kehidupan kita. Pada asumsi ini akan dibahas secara lebih spesifik bagaimana McLuhan memandang dampak media dalam kehidupan kita.

Para teoretikus ekologi media menyakini bahwa media memperbaiki persepsi dan mengorganisasi kehidupan kita. McLuhan menyatakan bahwa media cukup kuat di dalam

pandangan kita mengenai dunia. Misalnya, pada saat kita menonton televisi yang sedang memberitakan mengenai penurunan moral masyarakat Amerika Serikat. Secara otomatis, berita-berita yang disiarkan meliputi kasus-kasus seperti penculikan anak, penggunaan obat-obatan atau kehamilan remaja. Dalam percakapan pribadi kita, kita mungkin akan membicarakan mengenai kurangnya moral didalam masyarakat. Bahkan, kita mungkin akan mulai untuk menjalani kehidupan kita sesuai dengan jenis berita yang kita nonton. Atau kita mungkin akan lebih curiga atau lebih ramah kepada orang asing, Karena kita merasa takut mereka akan menculik anak kita, atau munculnya pemikiran-pemikiran lainya yang merupakan dampak dari menonton berita tersebut.

Apa yang terjadi dengan tiap contoh diatas adalah yang dikatakan McLuhan terjadi setiap saat. Kita menjadi termanipulasi oleh televisi, sikap dan pengalaman kita secara langsung dipengaruhi oleh apa yang kita nonton di televisi, dan sistem kepercayaan kita dapat dipengaruhi secara negative oleh televisi.

c. Media Menyatukan Seluruh Dunia.

Asumsi ketiga dari teori ekologi media telah memunculkan sebuah percakapan yang cukup populer: media menggabungkan dunia. McLuhan menggunakan istilah *global village* untuk mendeskripsikan bagaimana media mengikat dunia menjadi

sebuah sistem politik, ekonomi, sosial dan budaya yang besar. *Global village* yang dimaksud McLuhan adalah pemikiran bahwa manusia tidak lagi dapat hidup dalam isolasi, melainkan akan selalu terhubung oleh media elektronik yang bersifat instan dan berkesinambungan. Media elektronik secara khusus memiliki kemampuan untuk menjembatani budaya-budaya yang tidak akan pernah berkomunikasi sebelum adanya koneksi ini.

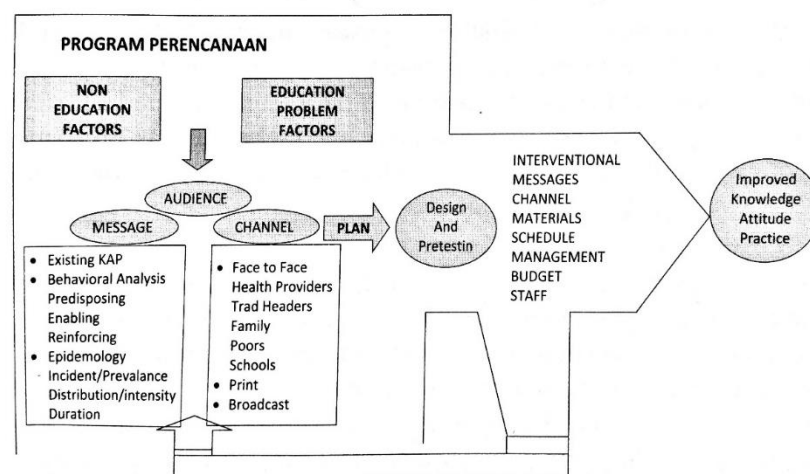
Dampak dari *global village* ini menurut McLuhan adalah kemampuan untuk menerima informasi secara langsung. Akibatnya, kita harus mulai tertarik dengan peristiwa global, dibandingkan berfokus hanya pada komunitas kita sendiri. Ia mengamati bahwa “bola dunia tidak lebih dari sebuah desa” dan bahwa kita harus bertanggung jawab bagi orang lain. Orang lain “sekarang terlibat dalam kehidupan kita, sebagaimana kita terlibat dalam kehidupan mereka, berkat media elektronik”.

Menurut Harold Innis dalam West & Turner (2008:140), media mempunyai kekuatan membentuk opini masyarakat. Orang menggunakan media untuk memperoleh kekuasaan politik dan ekonomi bahkan mengubah susunan sosial dari sebuah masyarakat. Media komunikasi memiliki bias yang terdapat dalam diri mereka untuk mengendalikan aliran ide dalam masyarakat.

3. Model *Knowledge, Attitude, and Practice*

Cangara (2014 : 90-92) menjelaskan mengenai model perencanaan komunikasi *Knowledge, Attitude, and Practice* yang biasa disingkat KAP. Model ini banyak digunakan untuk program-program kampanye kesehatan di negara-negara maju dan sedang berkembang, model ini bisa diaplikasikan untuk program-program dibidang pertanian komersial, dan penyadaran masyarakat. Melalui model ini, telah banyak program-program perencanaan dibidang kesehatan dan pertanian yang mengadopsinya. Model ini juga relevan digunakan untuk menguraikan bagaimana kemudian suatu instansi atau lembaga melakukan perencanaan untuk mengatasi permasalahan yang berkaitan dengan penyadaran masyarakat, terutama peningkatan dibidang pengetahuan (*knowledge*), sikap (*attitude*), dan perilaku (*practice*).

Dalam model ini ada tiga tahapan yang harus dilalui untuk melakukan program komunikasi, yakni :



Gambar 2. 1 Model *Knowledge, Attitude, and Practice*

(Sumber : Cangara 2014:91)

- Tahap 1 : mencakup target sasaran (*audience*), pesan, dan saluran.
- Tahap 2 : mencakup perencanaan untuk melakukan desain pesan, produksi media (*draft*) dan uji coba (*pre-testing*)
- Tahap 3 : peningkatan pengetahuan (*knowledge*), sikap (*attitude*), dan perilaku (*practice*) target sasaran yang diharapkan

Pada tahap pertama perencana komunikasi harus memperhitungkan faktor-faktor yang bisa mempengaruhi khalayak (*audience*) dalam penerimaan informasi. Faktor-faktor tersebut bisa berasal dari luar pendidikan (*non-education*) dan juga masalah pendidikan (*education problem*). Faktor yang bersumber dari luar pendidikan antara lain; budaya dan nilai, geografis, pendapatan, lingkungan, ideology, dan kepercayaan. Sedangkan faktor lainnya adalah masalah-masalah yang berkaitan dengan pendidikan. Kedua faktor ini besar pengaruhnya terhadap tingkat penerimaan dan daya serap khalayak. Selain pengaruhnya terhadap tingkat penerimaan, kedua faktor tersebut juga memengaruhi komponen lain dalam proses komunikasi, yakni pesan yang akan disampaikan, cara penyampaiannya, dalam Bahasa apa, dan melalui saluran/media apa. Demikian pula dalam penyusunan pesan, apakah isi atau materi tetap diarahkan pada perubahan pengetahuan, sikap dan perilaku.

Perencana komunikasi dalam menyusun pesan harus memperhitungkan daya persuasi untuk memengaruhi khalayak, atau

kemampuan untuk melakukan penguatan (*reinforce*). Tak kalah pentingnya adalah materi pesan yang akan disampaikan melalui media massa, para perencana komunikasi juga harus mempertimbangkan saluran-saluran komunikasi yang ada dalam masyarakat, misalnya komunikasi tatap muka, komunikasi kelompok, para punggawa (elite) sebagai pemuka pendapat, sekolah dan keluarga.

Berdasarkan analisis ketiga komponen ini, yakni khalayak (audience), pesan dan saluran maka dibuat perencanaan tindakan lebih lanjut yakni desain dan produksi media yang relevan dengan target sasaran. Model ini juga memberi tekanan perlunya dilakukan pre-testing materi informasi program tersebut, serta memonitoring pelaksanaan dalam upaya peningkatan pengetahuan, sikap, dan perubahan para khalayak yang menjadi target sasaran program.

C. Penelitian Terdahulu

1. *Manajemen Media sebagai Intervensi dalam Menanggulangi Isu Provokatif di Medsos. Makung Ismoyo Jati*. Sumber : Jurnal Ilmu Kepolisian, Vol 13 Nomor 1, April 2019. ISSN : 2620-2025 E-ISSN : 2621-8410

Kamtibmas merupakan suatu kebutuhan dasar masyarakat dalam melakukan aktivitasnya sehari-hari yang wajib dipelihara oleh Negara. Pemeliharaan kamtibmas tersebut sangat dipengaruhi oleh perkembangan lingkungan strategis global yaitu demokratisasi global dan kemajuan teknologi yang memicu beberapa dampak baik positif maupun negatif yang sangat signifikan. Mendekati Pemilu 2019,

dampak dari demokratisasi global dan kemajuan teknologi ini semakin terlihat seperti adanya upaya dilakukan oleh para pihak dalam perebutan kekuasaan dengan pengelolaan opini melalui proses komunikasi di media sosial yang sering kali menggunakan isu provokatif agar masyarakat sebagai pemilih dapat terpengaruh untuk memberikan suaranya kepada pihak tertentu. Untuk itu diperlukan suatu strategi dari Polri sebagai salah satu fungsi pemerintahan sebagaimana diatur dalam Undang Undang RI No 2 Tahun 2002 untuk mengambil langkah sebagai intervensi kebijakan dalam rangka menanggulangi isu provokatif di media sosial. Salah satu intervensi yang dilakukan adalah manajemen media yang merupakan kebijakan utama Kapolri dengan pendekatan sosial dan teknologi melalui strategi preemtif dan preventif di ruang siber oleh fungsi Humas.

Pada penelitian diatas dijelaskan bahwa Kepolisian telah melakukan upaya manajemen media yang optimal dengan melakukan beberapa strategi untuk menanggulangi maraknya isu provokatif di media sosial. Perbedaan dengan penelitian pada tesis ini terletak pada bagaimana kepolisian khususnya kepolisian bidang humas polda Sulsel dalam penerapan penggunaan media sosial untuk mengurangi penyebaran hoaks. Bisa dikatakan bahwa penelitian pada tesis ini adalah turunan dari penelitian diatas, namun lebih spesifik kepada penerapan dari penggunaan media sosial tersebut.

2. *Corporate Branding Kepolisian Negara Republik Indonesia Dalam Gerakan Anti Hoax*. Rizki Surya Tawaqal, Yanti Setianti, Wawan Setiawan. 2018. Sumber : Jurnal Komunikasi Vol.9 No.1, Maret 2018. ISSN 2579-3292 <http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/jkom>

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis upaya branding lembaga yang dilakukan oleh Kepolisian Republik Indonesia terhadap gerakan anti hoax. Berbagai upaya dilakukan oleh kepolisian dalam membentuk positioning organisasinya di tengah masyarakat melalui gerakan anti hoax. Penelitian ini menggunakan metodologi kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Teknik pengumpulan data menggunakan observasi, ulasan media dan wawancara. Hasil penelitian ini dibagi menjadi tiga poin utama, (1) undangan kepada masyarakat melalui aksi-aksi seperti gerakan kampanye dan deklarasi yang dilakukan oleh unit kepolisian, (2) slogan dan klarifikasi polisi melalui media sosial hingga berita hoax dan (3) bentuk pengumuman sosialisasi Anti Hoax di sekitar komunitas. Kesimpulannya, polisi mencap organisasi dan memposisikan diri di mata masyarakat sebagai kesatuan yang identik dengan gerakan anti hoaks. Dengan keterlibatan polisi dalam berbagai gerakan anti hoaks, seperti dimasukkannya simbol dan logo polisi dalam informasi ajakan anti-hoaks maka identitas organisasi polisi memiliki karakter yang akan identik dalam semua jenis anti hoaks.

Penelitian ini berfokus pada bagaimana kepolisian hadir di masyarakat untuk menyadarkan mengenai hoaks dengan melakukan kampanye gerakan anti hoaks. Sedangkan dalam tesis ini akan dilihat

bagaimana Kepolisian hadir di media sosial sebagai upaya mengurangi penyebaran informasi hoaks.

3. *Hoax in Modern Politics: The Meaning of Hoax in Indonesian Politics and Democracy*. Pratiwi Utami. Sumber : Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Volume 22, Issue 2, November 2018 (85-97) ISSN 1410-4946

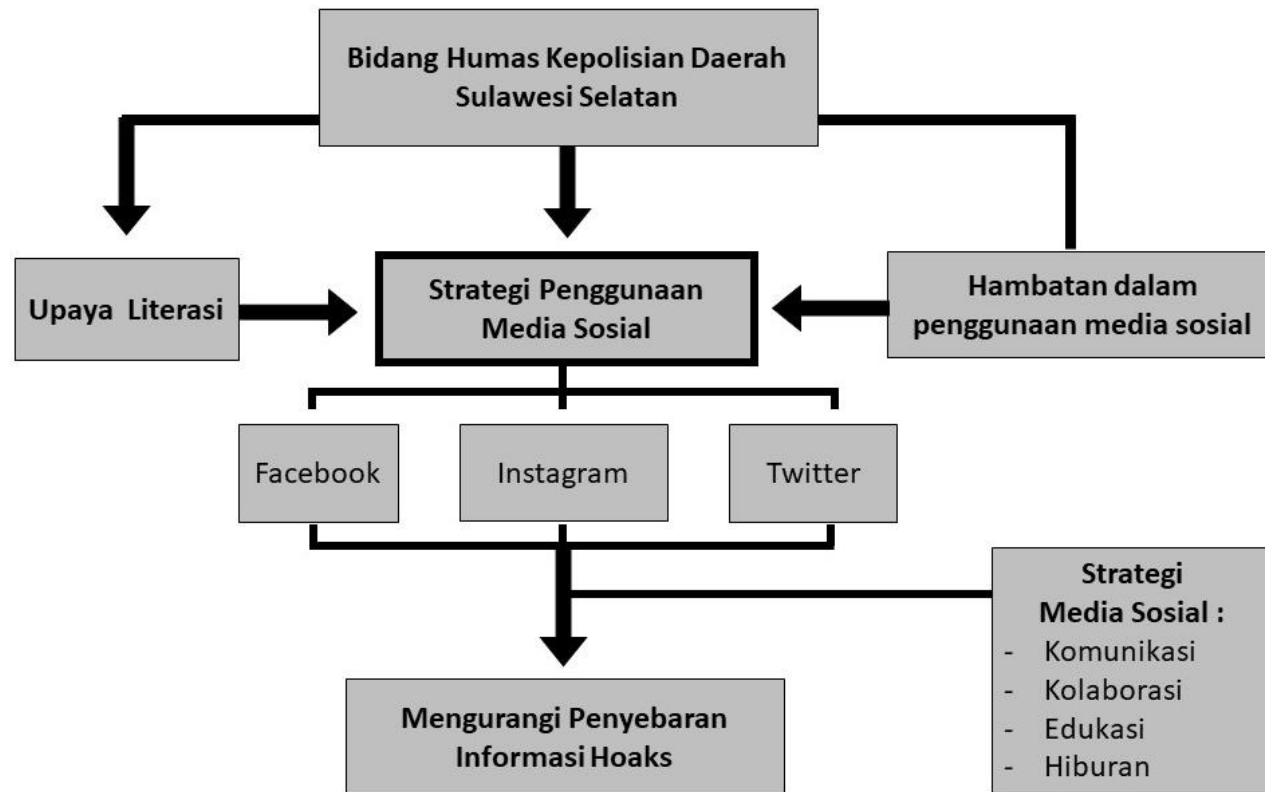
Penyebaran hoax di media sosial telah menciptakan ketegangan politik di banyak negara. Pemilihan presiden AS 2016 menunjukkan bahwa pesan palsu dapat menghasilkan lebih banyak keterlibatan media sosial dari pada berita nyata. Di Indonesia multikultural, sejarah program anti-komunis, anti-Kristen, dan anti-Cina meningkatkan tingkat sensitivitas dan sentimen, terutama pada isu-isu rasis. Artikel ini membahas peran tipuan dalam politik kontemporer Indonesia. Ini meneliti karakteristik informasi lelucon yang disebarluaskan di media sosial selama pemilihan umum di Jakarta pada tahun 2017, menggunakan pendekatan praktik memetika.

Dalam penelitian ini, tipuan (hoax) dianggap seperti meme, karena mereka membedah bahan sumber yang ada untuk mengembangkan ide atau perasaan yang orang kaitkan. Hoax sebagai meme mengubah objek asli menjadi bentuk artefak baru dengan pesan baru yang konsisten dengan kepercayaan yang ada di masyarakat. Akibatnya, lelucon dapat menciptakan budaya berdasarkan pada kepercayaan bersama masyarakat, dan pada saat polarisasi meningkat, lelucon dapat berpotensi menjadi sarana keberpihakan politik. Dalam menghadapi kecenderungan untuk membanjiri

kebenaran dan membuat orang menjauh dari kepercayaan pada fakta, lelucon dapat menjadi ancaman bagi demokrasi partisipatif.

Penelitian ini berfokus pada bagaimana informasi dan berita hoax yang beredar dimasyarakat mengenai isu-isu rasisme pada pemilihan umum daerah di Jakarta pada 2016 berdampak pada lahirnya budaya mempercayai hal-hal yang jauh dari fakta. Sejalan dengan penelitian ini, penulis melihat bahwa penting untuk mengubah kepercayaan masyarakat terhadap suatu informasi atau berita yang beredar tanpa mengetahui fakta sebenarnya.

D. Kerangka Konsep



Gambar 2. 2 Kerangka Konseptual

Kerangka konsep diatas menjelaskan bagaimana jalannya penelitian dalam tesis ini. Kepolisian Daerah Sulawesi Selatan memiliki beberapa media sosial, seperti Instagram, facebook, dan twitter yang kemudian digunakan sebagai sarana penyebaran informasi, salah satunya informasi terkait penyebaran bahaya hoaks. Untuk itu diperlukan strategi penggunaan media sosial yang tepat agar tujuan dalam mengurangi penyebaran hoaks dapat teratasi.

Selaku institusi keamanan negara, Kepolisian Daerah Sulawesi Selatan diharapkan dapat memberikan pengetahuan, ataupun solusi kepada masyarakat jika menghadapi suatu permasalahan. Terkait dengan penyadaran akan bahaya penyebaran hoaks, masyarakat perlu mengetahui apa saja upaya penyadaran yang telah dilakukan untuk menambah pengetahuan masyarakat terhadap penggunaan media sosial yang baik dan bijak.

Dalam upaya nya mengurangi penyebaran hoaks, ingin di liat apa saja kendala atau hambatan yang dialami kepolisian. Hal ini perlu diketahui agar kedepannya kepolisian dapat berbenah diri untuk memperbaiki hambatan yang dialaminya.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian ini adalah kualitatif dengan menggunakan metode riset ialah wawancara mendalam. Penelitian ini dilakukan secara mendalam dan terperinci terhadap suatu lembaga tertentu dengan pengamatan objektif dalam hal ini peneliti ingin melihat bagaimana penggunaan media sosial yang dilakukan oleh Kepolisian Daerah Sulawesi Selatan dalam mengurangi penyebaran hoaks. Penelitian ini di golongan sebagai penelitian deskriptif yaitu dengan menggambarkan dan menyajikan fakta secara sistematis tentang keadaan objek yang sebenarnya mengenai bagaimana Kepolisian Daerah Sulawesi Selatan dalam merumuskan strategi penggunaan media sosial untuk mengurangi penyebaran hoaks.

Metode penelitian deskriptif kualitatif bergantung pada pengamatan peneliti, dengan perspektif yang digunakan peneliti itu sendiri. Sehingga hasil dari penelitian deskriptif kualitatif tidak dapat digeneralisasikan. Oleh karena itu, peneliti melihat masalah dalam penelitian ini diteliti secara mendalam dan spesifik.

B. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di lingkungan Markas Besar Kepolisian Daerah Sulawesi Selatan tepatnya pada Bidang Humas Kepolisian Daerah

Sulawesi Selatan. Lokasi penelitian berada di Jalan Perintis Kemerdekaan km 16, Kota Makassar, Sulawesi Selatan.

C. Informan Penelitian

Data diperoleh secara langsung dari informan melalui wawancara. Dalam menetapkan informan menggunakan teknik *purposive sampling*. Teknik ini mencakup orang-orang yang diseleksi atas dasar kriteria-kriteria tertentu yang dibuat penulis berdasarkan tujuan riset.

Kriteria informan yang dipilih dalam penelitian ini adalah informan yang bekerja di Bidang Humas Kepolisian Daerah Sulawesi Selatan dan mengetahui rencana kerja organisasi. Berikut ini beberapa informan yang akan menjadi narasumber untuk penelitian ini.

NO.	INFORMAN	JUMLAH (ORANG)
1.	Kepala Bidang Humas Kepolisian Daerah Sulawesi Selatan	1
2.	Kepala Sub Bidang Pengelolaan Informasi dan Dokumentasi	1
3.	Kepala Sub Bidang Penerangan Masyarakat	1
4.	Kepala Sub Bidang Multimedia	1
5.	Banum Multimedia (Admin Media Sosial)	3
JUMLAH		7

Tabel 3. 1 (Informan Penelitian)

D. Jenis Dan Sumber Data

1. Data Primer

a. Wawancara Mendalam

Peneliti akan memperoleh data yang dibutuhkan dengan cara melakukan wawancara secara langsung dengan informan penelitian. Adapun informan penelitian ini terdiri dari pihak bidang humas Kepolisian Daerah Sulawesi Selatan, sehingga data yang akan diperoleh lebih akurat dan tepat. Dengan melakukan teknik wawancara mendalam ini peneliti dapat memperoleh gambaran yang jelas mengenai penggunaan media sosial oleh Kepolisian Daerah Sulawesi Selatan dalam mengurangi penyebaran hoaks dan konten negative.

2. Data Sekunder

a. Studi Kepustakaan, yaitu dengan mencari, membaca, dan mempelajari literature-literatur, buku-buku, majalah-majalah, hasil penelitian, situs internet, maupun sumber lainnya yang berhubungan dengan masalah yang akan di bahas peneliti guna melengkapi serta mendukung kepenulisan penelitian ini hingga selesai.

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan salah satu langkah utama dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan

data. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini, sebagai berikut :

1. Observasi

Melalui teknik ini peneliti mengamati pelaksanaan penelitian secara langsung dilapangan tentang bagaimana Kepolisian Daerah Sulawesi Selatan menggunakan Media Sosial dalam mengurangi penyebaran hoaks dan konten negative.

2. Wawancara Mendalam (*Indepth Interview*)

Wawancara peneliti akan dilakukan dengan bertemu langsung bersama subjek penelitian, wawancara yang peneliti gunakan yaitu wawancara mendalam dimana percakapan yang dilakukan bersifat santai dalam suasana akrab dan bersifat informasi agar bisa mendapatkan data secara lengkap dan mendalam.

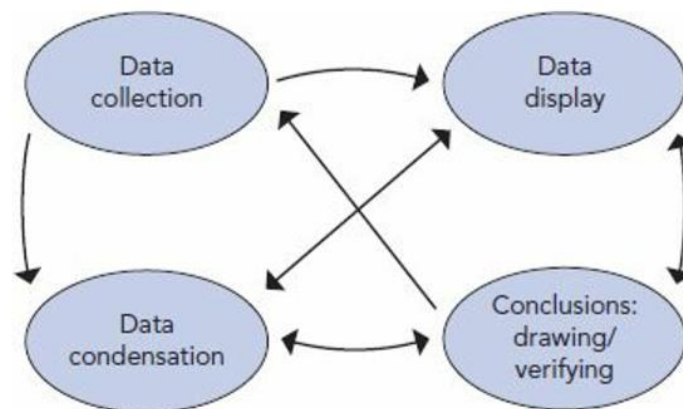
3. Dokumentasi

Dokumentasi berasal dari kata dokumen, yang berarti barang tertulis, metode dokumentasi berarti cara pengumpulan data dengan mencatat data-data yang sudah ada.

Teknik ini digunakan untuk mendapatkan data sekunder yang mendukung penelitian berupa buku-buku tentang pendapat, teori, dalil-dalil dan juga website yang berhubungan dengan masalah penelitian.

F. Teknik Analisis Data

Miles, Huberman & Sandana (2014: 31-32) mengemukakan bahwa terdapat tiga langkah dalam analisis data, yaitu kondensasi data, display data, dan penarikan kesimpulan.



Gambar 3. 1 Langkah dalam analisis data kualitatif

(Sumber: Miles dan Huberman (Miles, Huberman dan Saldana, 2014: 14)

Adapun penjabaran dari masing-masing langkah adalah sebagai berikut :

1. Kondensasi data

Kondensasi data mengacu pada proses menyeleksi, memfokuskan, menyederhanakan, mengabstraksi, dan mengubah catatan lapangan, transkrip wawancara, dokumen, dan materi (temuan) empirik lainnya. Kondensasi (pengembunan) data berarti mengubah data yang sebelumnya menguap menjadi lebih padat (air). Letak perbedaan antara Reduksi dengan Kondensasi terletak pada cara penyederhanaan data. Reduksi cenderung memilah kemudian memilih,

sedangkan kondensasi menyesuaikan seluruh data yang dijarah tanpa harus memilah (mengurangi) data.

2. Penyajian Data (Data display)

Setelah melakukan kondensasi data, selanjutnya adalah penyajian data. Penyajian data ialah uraian singkat atau deskripsi mengenai apa saja yang telah di dapatkan setelah melakukan kondensasi data. Uraian berupa kata-kata, table, dan gambar disajikan dengan baik agar dapat dipahami lebih dalam.

3. Penarikan kesimpulan dan verifikasi

Penelitian menyimpulkan data sesuai dengan rumusan masalah yang telah dikemukakan. Data-data yang sudah dideskripsikan disimpulkan secara umum. Simpulan tersebut meliputi unsur transitivitas, hubungan unsur transitivitas dengan konteks sosial dan unsur transitivitas digunakan dalam konteks sosial. Setelah disimpulkan, analisis data kembali pada tahap awal sampai semua data kompleks.

G. Jadwal Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan selama 1 bulan, yaitu mulai dari bulan Oktober dan berakhir pada November 2019. Berikut jadwal penelitian ini :

No.	Kegiatan	Jul	Agt	Sep	Okt	Nov	Des
1.	Penulisan proposal dan konsultasi						

2.	Seminar proposal penelitian						
3.	Pengumpulan data lapangan/penelitian						
4.	Penulisan laporan penelitian						
5.	Seminar hasil penelitian						
6.	Konsultasi						
7.	Ujian Akhir / tutup tesis						

Tabel 3. 2 (Jadwal Penelitian)

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Deskripsi Lokasi Penelitian

a. Kepolisian Daerah Sulawesi Selatan

Kepolisian Daerah Sulawesi Selatan disingkat Polda Sulsel adalah pelaksana tugas Kepolisian RI di wilayah Provinsi Sulawesi Selatan. Polda ini tergolong polda tipe A, karena ini dipimpin oleh seorang kepala kepolisian daerah yang berpangkat bintang dua (inspektur jenderal Polisi). Dahulu Polda ini bernama Komando Daerah Kepolisian (Komdak atau Kodak) XVIII/Sulawesi Selatan dan Tenggara, lalu menjadi Polda Sulselra hingga 1996 setelah itu menjadi Polda Sulselbar yang membawahi wilayah Sulawesi Barat karena di provinsi itu belum terbentuk secara otonomi kepolisian daerah. Sampai bulan Juni 2016, Kapolri Jenderal Pol. Badrodin Haiti resmi mengangkat Kapolda Sulbar yang menandakan resminya berdiri Polda Sulbar dan terpisah dari Polda Sulsel.

Polda Sulsel bertanggung jawab terhadap stabilitas keamanan pada wilayah Sulawesi Selatan. Provinsi Sulawesi Selatan terletak di 0°12' - 8° Lintang Selatan dan 116°48' - 122°36' Bujur Timur. Luas wilayahnya 45.764,53 km². Provinsi ini berbatasan dengan Sulawesi Tengah dan Sulawesi Barat di utara, Teluk Bone dan Sulawesi Tenggara

di timur, Selat Makassar di barat dan Laut Flores di selatan. Sulawesi Selatan terdiri dari suku : Bugis, Makassar, Mandar, Toraja, Duri, Pattinjo, Bone, Maiwa, Endekan, Pattae dan Kajang/Konjo. Provinsi ini berperan sebagai pintu gerbang dan pusat pelayanan kawasan timur Indonesia.

Saat ini Polda Sulsel dipimpin oleh Inspektur Jenderal Polisi Mas Guntur Laupe. Polda Sulsel membawahi seluruh Polwil dan Polres di wilayah Sulawesi Selatan. Memelihara keamanan dan ketertiban, menegakkan hukum, memberikan perlindungan, pengayoman dan pelayanan kepada masyarakat merupakan tugas utama Kepolisian Daerah Sulawesi Selatan. Adapun daftar Polres yang ada di wilayah Sulawesi Selatan ini :

- | | |
|-------------------------------|--------------------------|
| 14. Polrestabes Makassar | 1. Polres Bulukumba |
| 15. Polres Pangkep | 2. Polres Soppeng |
| 16. Polres Pinrang | 3. Polres Pare-pare |
| 17. Polres Maros | 4. Polres Bone |
| 18. Polres Pelabuhan Makassar | 5. Polres Baru |
| 19. Polres Sidrap | 6. Polres Makassar Timur |
| 20. Polres Gowa | 7. Polres Takalar |
| 21. Polres Makassar Barat | 8. Polres Jeneponto |
| 22. Polres Sinjai | 9. Polres Palopo |
| 23. Polres Enrekang | |
| 24. Polres Bantaeng | |
| 25. Polres Luwu | |

1) Visi dan Misi Polda Sulsel

a) Visi

Memelihara keamanan dan ketertiban masyarakat dan menegakkan hukum serta memberikan perlindungan, pengayoman dan pelayanan kepada masyarakat di wilayah Polda Sulsel dengan mewujudkan tampilan Polisi yang profesional, bermoral dan modern dengan melaksanakan program dan kegiatan serta dukungan anggaran yang telah disusun dalam Rencana Kerja dan Anggaran satker jajaran Polda Sulsel, sehingga dapat mewujudkan situasi Kamtibmas yang kondusif di wilayah hukum Polda Sulsel.

b) Misi

- (1) Memberikan perlindungan, pengayoman dan pelayanan kepada masyarakat serta penegakan hukum sehingga masyarakat dapat terbebas dari gangguan fisik maupun psikis.
- (2) Menekan terjadinya gangguan Kamtibmas melalui kegiatan-kegiatan preemptif, preventif dan penegakan hukum secara profesional dan proporsional dengan menjunjung tinggi supremasi hukum dan hak asasi manusia untuk mewujudkan kepastian hukum dan rasa keadilan.

- (3) Memelihara Kamtibmas dengan tetap memperhatikan norma-norma dan nilai-nilai yang berlaku dalam bingkai masyarakat demokratis.
- (4) Mengembangkan dan memberdayakan serta memelihara materiil logistik kesatuan dalam menunjang kelancaran pelaksanaan pembinaan kekuatan, penggunaan kekuatan operasional kepolisian.
- (5) Melaksanakan Tupoksi Kepolisian oleh personel Polri yang mahir, terpuji dan patuh hukum sehingga dapat mewujudkan Polri yang dapat dipercaya (Trust Building) oleh masyarakat.
- (6) Melakukan upaya perpolisian masyarakat melalui aktivitas nyata mendatangi, berkomunikasi, saling berbagi informasi dan berupaya menyelesaikan permasalahan sejak dini.

b. Bidang Humas Kepolisian Daerah Sulawesi Selatan

Bidang Humas Polda Sulsel merupakan salah satu bidang pada institusi Polri di Polda Sulawesi Selatan yang menerapkan metode komunikasi untuk menciptakan pengelolaan dan penyampaian pemberitaan atau informasi kepada masyarakat. Kegiatan-kegiatan yang dilaksanakan pada bidang humas lebih diarahkan pada pembentukan opini positif dan citra yang baik bagi instansi Polri. Saat ini

Bidang Humas Polda Sulsel dipimpin oleh Kombes. Pol. Dicky Sondani, S.IK., M.H.

1) Visi dan Misi Bidang Humas Polda Sulsel

a) Visi

Terselenggarakannya pemberian informasi dan komunikasi melalui Mass Media secara terbuka dan transparan dalam mewujudkan pelayanan prima dibidang kehumasan sehingga menciptakan opini masyarakat yang positif terhadap Polda Sulsel.

b) Misi

- (1) Menindak lanjuti Restra Polda Sulsel, Reformasi Birokrasi Polri dan Program Quick Wins, sebagai akselerasi pencapaian Trust Building, melalui internalisasi, sosialisasi/promosi kebijakan-kebijakan kepada publik guna memperoleh legitimasi dan dukungan serta partisipasi masyarakat;
- (2) Menjawab keingintahuan masyarakat baik secara perorangan maupun komunitas atas kinerja Kepolisian dan menyentuh sampai ke data / informasi yang spesifik, baik dalam bidang pembinaan maupun operasional Polri;
- (3) Mewujudkan personil Bid Humas Polda Sulsel yang mampu memberikan pelayanan jasa Kepolisian kepada masyarakat secara transparan, akuntabel, mudah dan murah serta humanis khususnya dalam pelayanan

informasi publik terkait dengan keberadaan dan kinerja kepolisian;

- (4) Membuka akses informasi dalam rangka memberi kemudahan bagi warga masyarakat ketika ingin mendapat layanan jasa kepolisian, dalam arti memberi kepastian kemana, dimana dan kepada siapa mereka bisa memperoleh layanan kepolisian yang diinginkan sesuai standar pelayanan (sehingga terhindar dari kesan warga dipersulit oleh polisi ketika mereka menginginkan jasa layanan kepolisian);
- (5) Menerapkan standar pelayanan yang jelas diharapkan akan melahirkan kepastian hukum baik bagi masyarakat maupun Polri selaku petugas yang melayani data / informasi, serta merupakan upaya untuk mencegah timbulnya resiko hukum atas kewajiban Polri dalam pelayanan Publik;
- (6) Mewujudkan humas Polda Sulsel sebagai satuan pengelola informasi publik, gudang data / informasi, yang harus ditangani oleh satuan khusus, serta didukung oleh Sumber Daya Manusia yang memiliki kompetensi di bidang pengelolaan informasi dan dokumentasi;
- (7) Meningkatkan kesiapan Bid Humas Polda Sulsel atas kewajiban memberikan pelayanan informasi publik

dengan diberlakukannya UU KIP sehingga Humas Polri sebagai Front Office perlu segera diwujudkan. Karena itu diperlukan dukungan SDM, sarana dan prasarana berbasis ICT, system dan metode serta anggaran yang memadai;

- (8) Mewujudkan fungsi Kehumasan sebagai corong lembaga, fasilitator, pelayan informasi publik yang menindak lanjuti pengaduan publik, menyediakan informasi tentang kebijakan, program, produk dan jasa lembaga, menciptakan iklim hubungan internal dan eksternal yang kondusif dan dinamis, serta menjadi penghubung lembaga dengan pemangku kepentingan.

2) Tugas dan Fungsi Bidang Humas Polda Sulsel

- a) Bidhumas bertugas menyelenggarakan kegiatan hubungan masyarakat (Humas) di tingkat Polda, mengelola informasi, penyajian data, dokumentasi yang dapat diakses masyarakat, melaksanakan kerja sama, dan melaksanakan Anev kegiatan tugas Bidhumas.
- b) Dalam melaksanakan tugas Bidhumas menyelenggarakan fungsi:
 - (1) Penyusunan rencana kerja dan anggaran, pengelolaan dan pembinaan manajemen personel dan logistik,

administrasi dan ketatausahaan, serta pengelolaan keuangan;

- (2) Bimbingan terhadap kegiatan Humas yang dilaksanakan di lingkungan Polda;
 - (3) Penerangan umum untuk membentuk opini dan kontra opini agar tercipta situasi Kamtibmas yang kondusif;
 - (4) Penerangan satuan yang meliputi penyampaian informasi kepada satuan internal melalui lembar Pensat, majalah, leaflet, booklet, Poster dan lain-lain;
 - (5) Perumusan, penyiapan dan penyelenggaraan kerja sama dengan mitra terkait dalam bidang humas;
 - (6) Pengelolaan informasi dan dokumentasi (PID), pelayanan publik Portalwebsite Divhumas Polri;
 - (7) Pengelolaan isu krisis media baik digital maupun elektronik serta penyebaran atau desiminasi informasi digital melalui media online maupun media sosial;
 - (8) Pelaksanaan kegiatan komunikasi digital dan elektronika, media monitoring dan pengelolaan isu krisis media cetak dan digital; dan
 - (9) Pemantauan dan evaluasi program Bidhumas.
- c) Subbagrenmin bertugas menyusun perencanaan kerja dan anggaran, pengelolaan dan pembinaan manajemen personel dan logistik, pembinaan fungsi dan mengelola

keuangan, serta pelayanan administrasi dan ketatausahaan di lingkungan Bidhumas..

d) Dalam melaksanakan tugas Subbagrenmin menyelenggarakan fungsi:

(1) Penyusunan dokumen perencanaan dan anggaran antara lain Renstra, Rancangan Renja, Renja, RKA-K/L, DIPA, Perjanjian Kinerja, LKIP, LRA, SMAP, IKU dan IKK, Hibah, evaluasi kinerja, pelaksanaan RBP, PID, dan Sistem Pengendalian Intern Pemerintah (SPIP) Satker serta mengarahkan dan mengawasi pelaksanaan kegiatan dan anggaran;

(2) pemeliharaan perawatan dan administrasi personel;

(3) pengelolaan logistik dan penyusunan laporan SIMAK-BMN;

(4) pelayanan fungsi keuangan yang meliputi pembiayaan, pengendalian, pembukuan, akuntansi, dan penyusunan laporan SAI serta pertanggungjawaban keuangan; dan pelayanan administrasi dan ketatausahaan.

e) Dalam melaksanakan tugas Subbagrenmin dibantu oleh:

(1) Urren, bertugas membuat Renstra, Rancangan Renja, Renja, RKA-K/L, DIPA, Perjanjian Kinerja, LKIP, LRA, SMAP, IKU dan IKK, Hibah, evaluasi kinerja, pelaksanaan RBP, PID, dan SPIP Satker;

- (2) Urmintu, bertugas menyelenggarakan kegiatan administrasi personel dan logistik serta menyelenggarakan administrasi dan ketatausahaan; dan
 - (3) Urkeu, bertugas menyelenggarakan kegiatan pelayanan keuangan.
- f) Subbidpenmas bertugas menyelenggarakan penerangan umum dan penerangan satuan yang meliputi pengelolaan dan penyampaian informasi termasuk kerja sama dan kemitraan dengan media massa berikut komponennya.
- g) Dalam melaksanakan tugas Subbidpenmas menyelenggarakan fungsi :
- (1) penerangan umum dan satuan, pengelolaan, dan penyampaian informasi di lingkungan Polda; dan
 - (2) perencanaan dan pelaksanaan kerja sama serta kemitraan dengan media massa berikut komponennya.
- h) Dalam melaksanakan tugas Subbidpenmas dibantu oleh :
- (1) Urpenum, bertugas menyelenggarakan penerangan umum;
 - (2) Urpensat, bertugas menyelenggarakan penerangan satuan; dan
 - (3) Urmitra, bertugas menyelenggarakan kerja sama dan kemitraan dengan media massa berikut komponennya.

- i) Subbid PID bertugas melaksanakan pengumpulan, pengolahan, penyajian data, informasi dan dokumentasi dalam mendukung pelaksanaan informasi baik internal maupun eksternal Polri.
- j) Dalam melaksanakan tugas Subbid PID menyelenggarakan fungsi:
 - (1) pengumpulan dan pengolahan data, serta penyajian informasi dan dokumentasi sesuai ketentuan peraturan perundangundangan di bidang KIP;
 - (2) peliputan, produksi, dan dokumentasi kegiatan Polda;
 - (3) pengumpulan hasil peliputan dan penyajian informasi kegiatan Polda yang dapat diakses oleh publik.
 - (4) penganalisisan dan perumusan data yang termasuk dalam klasifikasi informasi yang dikecualikan dan penyusunan jadwal uji konsekuensinya;
 - (5) penerimaan pengaduan pemohon informasi publik atas keberatan yang diajukan dan penyelesaian sengketa informasi publik melalui Komisi Informasi Daerah serta melakukan hak jawab kepada pihak lain sesuai ketentuan peraturan perundang-undangan;
- k) Dalam melaksanakan tugas Subbid PID dibantu oleh:
 - (1) Urpullahinfodok, bertugas menyelenggarakan pengumpulan dan pengolahan data, penyajian informasi

dan dokumentasi baik untuk materi subbid multimedia maupun untuk portal/jaringan dan media Humas.

(2) Urlipprodok, bertugas melaksanakan peliputan, produksi, dan dokumentasi; dan

(3) Uranev, bertugas menganalisis dan merumuskan data yang termasuk dalam klasifikasi informasi yang dikecualikan dan menyusun jadwal uji konsekuensinya sesuai peraturan perundang-undangan serta penerimaan pengaduan dan penyelesaian sengketa informasi publik;

l) Subbidmulmed bertugas melaksanakan kegiatan komunikasi digital dan elektronika, peningkatan sumber daya teknologi informasi, produksi, analisis, pengembangan multimedia, melakukan media monitoring dan pengelolaan isu krisis media baik digital maupun elektronik serta penyebaran/diseminasi informasi digital, media online maupun media sosial untuk menjadi saluran dua arah komunikasi yang efektif dan kreatif

m) Dalam melaksanakan tugas, Subbidmulmed menyelenggarakan fungsi:

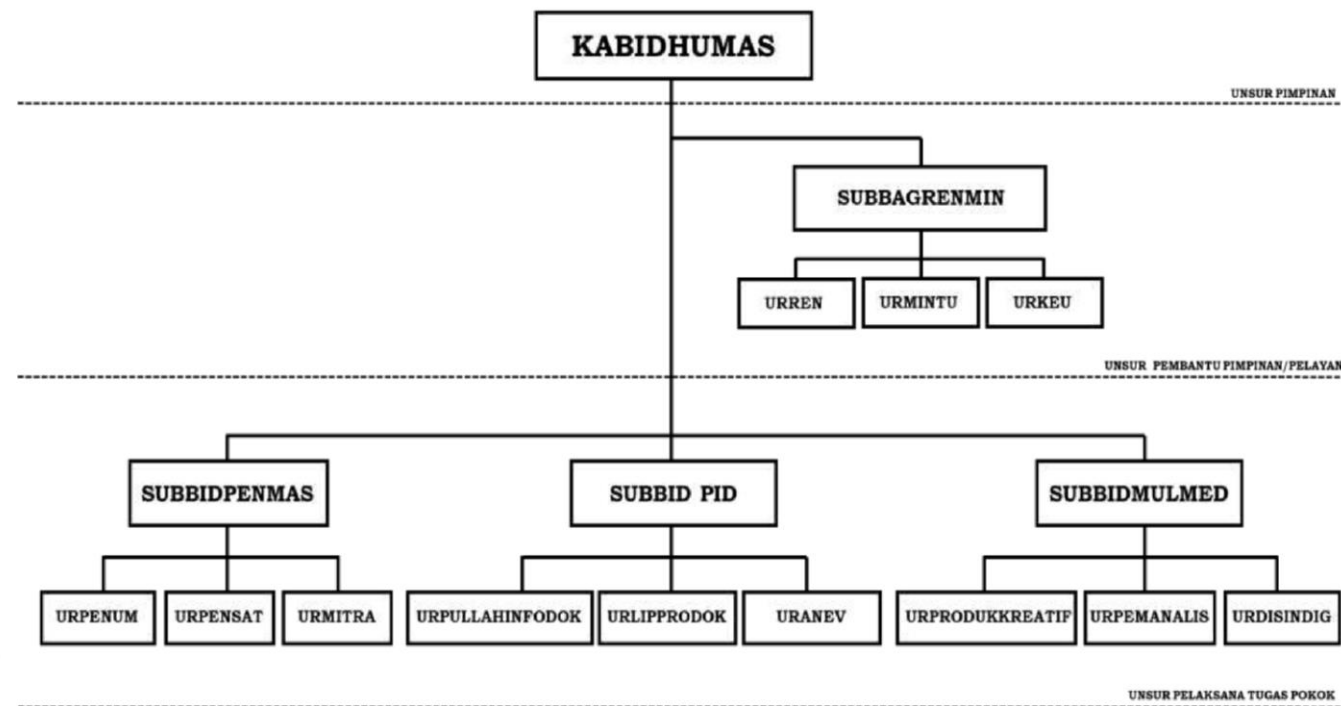
(1) pembuatan rancangan/desain kreatif program Polri dalam bentuk visual, audio visual, naskah iklan dan pemberian arahan/panduan materi produksi, penentuan media periklanan serta penjadwalan penayangan pesan pada media yang dipilih;

- (2) pelaksanaan evaluasi dan monitoring terhadap seluruh media dan manajemen media dalam rangka kepentingan pelaksanaan tugas Polri;
- (3) perencanaan dan pelaksanaan kegiatan penyebaran/diseminasi informasi digital dalam rangka membentuk opini dan kontra opini masyarakat melalui media sosial maupun media online bagi kepentingan pelaksanaan tugas Polri;

n) Dalam melaksanakan tugas, Subbidmulmed dibantu oleh:

- (1) Urprodukkreatif, bertugas membangun citra polri melalui pembuatan penulisan, caption, storyboard, produk multimedia lainnya yang kreatif dan inspiratif serta mengumpulkan kisah polisi unik yang menginspirasi di seluruh indonesia untuk divisualisasikan;
- (2) Urpemanalis, bertugas melaksanakan analisis, evaluasi dan monitoring terhadap seluruh media serta melaksanakan manajemen media dalam rangka untuk kepentingan tugas Polri;
- (3) Urdisindig, bertugas melakukan penyebaran program kampanye digital institusi Polri dengan mengedepankan sisi humanis di media online dan media sosial.

3) Struktur Organisasi Bidang Humas Polda Sulsel



Gambar 4. 1 Struktur Organisasi Bidang Humas Polda Sulsel

2. Karakteristik Informan

Penelitian ini menempatkan wawancara dengan beberapa informan sebagai sumber data primer atau data utama. Dengan menggunakan teknik *purposive sampling* yaitu dengan memilih informan berdasarkan karakteristik yang dibutuhkan peneliti. Adapun karakteristik yang dimaksud adalah pertama, para pejabat tinggi yang ada dalam struktur organisasi bidang humas polda Sulsel yaitu terdiri dari Kabid humas, Kasubbid PID, Kasubbid Penmas dan Kasubbid Multimedia. Keempat informan ini memiliki kontrol dan wewenang terhadap rencana kerja dan tugas-tugas bidang humas polda Sulsel. Kedua, anggota kepolisian yang mengelola secara langsung media sosial polda Sulsel dibawah naungan Subbid Multimedia yaitu para Banum Multimedia atau admin pemegang akun media sosial polda Sulsel. Para admin medsos ini diharapkan dapat memberikan informasi lebih detail terkait dengan bagaimana pengelolaan akun media sosial saat ini.

Maka ditetapkan beberapa orang yang dianggap kompeten menjawab segala pertanyaan mengenai permasalahan dalam penelitian ini. Berikut ini identitas dari informan penelitian :

No.	Nama dan Jabatan	Alasan
1.	Kombes Pol. Dicky Sondani, S.I.K., M.H. (<i>Kabid Humas Polda Sulsel</i>)	Informan ini merupakan pimpinan bidang humas Polda Sulsel. Sebagai seorang pimpinan, beliau memiliki hak untuk memerintahkan

		hal-hal apa saja yang akan diinformasikan melalui media sosial.
2.	AKBP Sabrin Soleman (<i>Kasubbid Pengelolaan Informasi dan Dokumentasi</i>)	Informan ini berperan penting dalam penyebaran informasi yang dilakukan oleh media sosial polda Sulsel karena beliau merupakan pimpinan yang membawahi tentang pengelolaan informasi dan dokumentasi.
3.	Kompol Arsyad (<i>Kasubbid Penerangan Masyarakat</i>)	Informan merupakan pimpinan yang membawahi sub bidang penerangan masyarakat. Pengelolaan dan penyampaian informasi termasuk kerja sama dan kemitraan kepada pihak media dan lainnya.
4.	Kompol Azis M (<i>Kasubbid Multimedia</i>)	Informan merupakan pimpinan yang membawahi sub bidang multimedia. Semua media sosial yang dimiliki oleh Polda Sulsel dikelola oleh subbid multimedia Humas Polda Sulsel
5.	Briptu Muh. Aspar (<i>Banum Multimedia</i>)	Informan merupakan admin dari beberapa media sosial yang dimiliki Polda Sulsel
6.	Bripda Intan Setiawati (<i>Banum Multimedia</i>)	Informan merupakan admin dari beberapa media sosial yang dimiliki Polda Sulsel
7.	Bripda Iqbal Prasetya Gunawan (<i>Banum Multimedia</i>)	Informan merupakan admin dari beberapa media sosial yang dimiliki Polda Sulsel

Tabel 4. 1 Identitas Informan

3. Gambaran Media Sosial Kepolisian Daerah Sulawesi Selatan

Kepolisian Daerah Sulawesi Selatan mulai aktif menggunakan media sosial sejak awal tahun 2014. Berawal dari dibuatnya akun media sosial

facebook, lalu kemudian twitter dan terakhir yaitu Instagram. Berkembangnya teknologi informasi dan komunikasi melatarbelakangi Polda Sulsel untuk menggunakan media sosial sebagai sarana memberikan informasi kepada masyarakat. Meningkatnya pengguna internet khususnya media sosial mengharuskan para aparatur negara dan pemerintahan untuk lebih interaktif dengan masyarakat salah satunya melalui media sosial. Sesuai dengan keterangan dari Kasubbid Pengelolaan Informasi dan Dokumentasi.

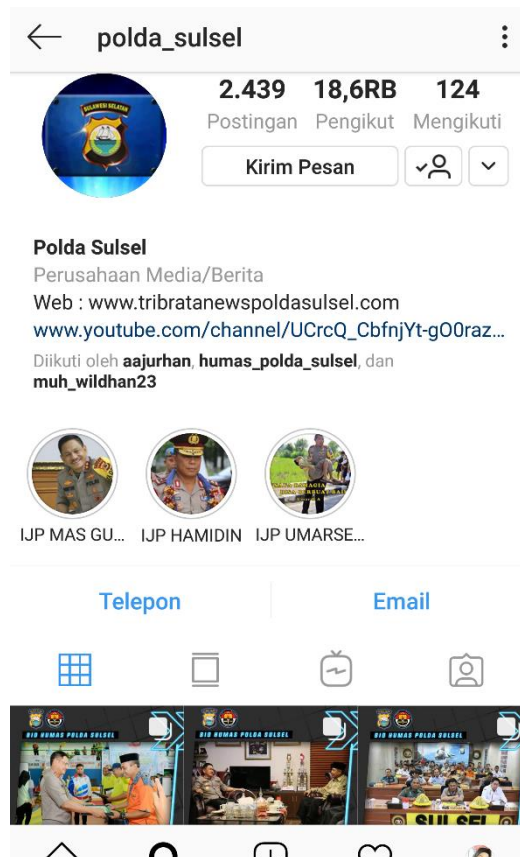
“...kita mulai aktif pakai media sosial itu waktu tahun 2014, mulai dari facebook kemudian twitter dan yang terakhir itu kita aktif sekali di Instagram.” (Wawancara AKBP Sabrin Soleman, oktober 2019)

Kabid Humas Kepolisian Daerah Sulawesi Selatan juga menambahkan bahwa

“menggunakan media sosial ini, sejak awal 2014, dimulai dari facebook, twitter terus yang sekarang paling digunakan oleh masyarakat itu Instagram...” (Kabid Humas Kombes Pol Dicky Sondany, oktober 2019)

Media sosial Polda Sulsel dikelola oleh bidang Humas yang secara aktif memberikan informasi-informasi kepada masyarakat. Beberapa akun media sosial polda Sulsel telah memiliki banyak pengikut. Pada akun Instagram @Polda_Sulsel telah memiliki 17,6 ribu followers dan telah mengirimkan sebanyak 2.341 postingan. Tiap harinya @polda_Sulsel mengupdate postingan kegiatan maupun informasi lainnya secara aktif. Paling tidak dalam setiap postingan, ada sekitar 200an likes dan beberapa komen dari para pengikutnya. Informasi yang disebarkan melalui akun ini

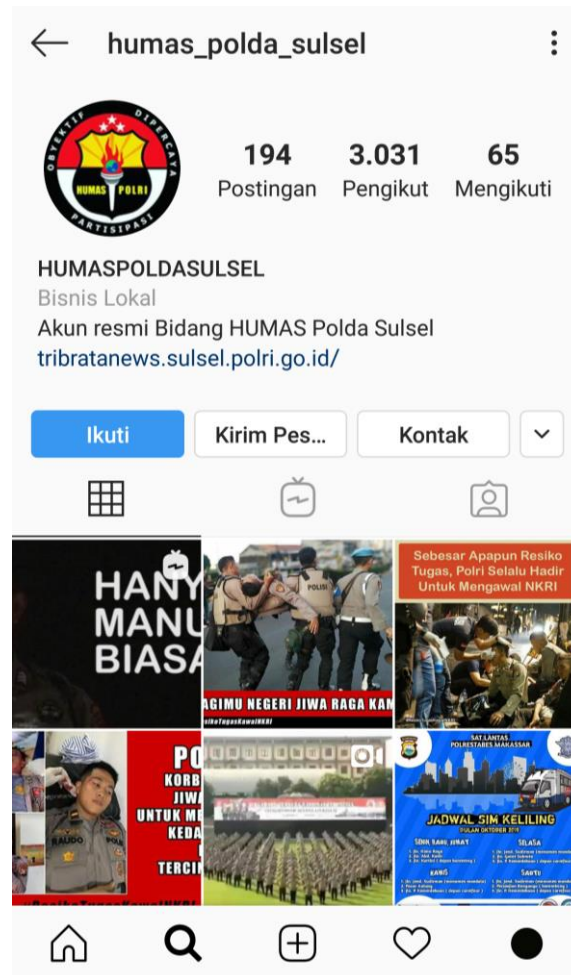
langsung terhubung pada akun facebook Polda Sulsel. Dan untuk twitter, karena terbatasnya jumlah kata atau karakter dalam setiap postingan, maka tidak semua informasi dapat langsung terhubung dari Instagram dan facebook.



Gambar 4. 2 (Tampilan akun *Instagram* @Polda_Sulsel)

Selain akun @polda_Sulsel, bidang humas polda juga memiliki akun resmi *Instagram* lainnya yaitu akun @humas_polda_Sulsel yang saat ini telah memiliki 3.031 pengikut dan telah mengirimkan sebanyak 194 postingan. Meskipun akun ini tidak aktif setiap hari memberikan informasi,

tetapi masyarakat atau para pengikutnya bebas dan bisa secara langsung berinteraksi melalui fitur direct message.



Gambar 4. 3 (Tampilan akun *Instagram* @humas_polda_Sulsel)

Adapula akun media sosial *facebook* Polda Sulawesi Selatan



Gambar 4. 4 (Tampilan akun *Facebook* Polda Sulawesi Selatan)

Kemudian akun *twitter* Polda Sulsel yang baru dibuat desember 2018 lalu, dikarenakan akun *twitter* yang lama tidak lagi berfungsi. Akun ini telah memiliki 61 pengikut dan 145 tweets.



Gambar 4. 5 (Tampilan akun *twitter* @poldaSulsel_)

4. Strategi penggunaan media sosial dalam mengurangi penyebaran informasi hoaks oleh Bidang Humas Kepolisian Daerah Sulawesi Selatan

Penyebaran informasi hoaks di Indonesia telah menyebabkan beberapa dampak sosial yang terjadi. Salah satunya kasus hoaks yang menyebabkan kerusuhan di Papua pada agustus 2019 lalu. Kebutuhan akan informasi yang cepat menjadi salah satu alasan munculnya hoaks. Melalui media sosial, penyebaran informasi hoaks yang dilakukan oleh pihak-pihak atau oknum tertentu dapat cepat tersampaikan. Mengingat saat ini media sosial telah menjadi bagian yang tak terpisahkan dari kehidupan masyarakat. hampir setiap hari, setiap jam, setiap menit masyarakat menggunakan media sosial untuk menerima informasi dan saling berinteraksi satu sama lain. Untuk itu, masyarakat dituntut harus bisa menyaring informasi yang diterimanya agar tidak merugikannya.

Perlu diketahui bahwa tugas utama dari institusi Kepolisian Negara Republik Indonesia sebagai institusi aparatur negara yang bertanggung jawab atas terwujudnya stabilitas keamanan dan ketertiban masyarakat, dalam menyikapi persoalan maraknya penyebaran informasi hoaks yang ada di media sosial, kepolisian khususnya bidang humas memiliki peran sebagai pengawas dan penerangan kepada masyarakat mengenai bahaya penyebaran hoaks, mengingat telah diterbitkannya UU ITE yang mengharuskan masyarakat harus taat pada undang-undang tersebut agar tidak terjerat dan mendapatkan sanksi hukum.

Kepolisian Daerah Sulawesi Selatan menjadi objek dari penelitian ini, dimana bidang Humas yang bertugas untuk menyelenggarakan kegiatan hubungan masyarakat (Humas) di tingkat Polda, mengelola informasi, penyajian data, dokumentasi yang dapat diakses masyarakat, melaksanakan kerja sama, dan melaksanakan Anev kegiatan tugas Bidhumas.

Berikut kutipan wawancara bersama Kabid Humas Polda Sulsel mengenai latar belakang penggunaan media sosial yang dilakukan kepolisian sebagai sarana penyampaian dan penyebaran informasi.

“Dengan maraknya info-info di media sosial, kami kira penting bagi kepolisian untuk melakukan patroli atau pemantauan terhadap penggunaan media sosial pada masyarakat. Terutama yang akan sengaja menyebarkan hoaks, menyebarkan perpecahan terkait dengan sara, dan juga penyebaran konten porno, penipuan onlineshop. Kepolisian hadir untuk memberikan informasi-informasi kepada masyarakat terkait permasalahan tersebut. Bentuk

pemberian informasinya itu berupa klarifikasi segera kepada masyarakat. Jika tidak diklarifikasi dengan cepat maka akan mengakibatkan masyarakat akan percaya terhadap informasi tersebut.” (Kabid Humas Kombes Pol Dicky Sondany, oktober 2019)

Selain sebagai sarana penyebaran informasi kepada masyarakat, yang melatar belakangi penggunaan media sosial oleh bidang humas polda Sulsel ialah untuk pemantauan atau pengawasan terhadap penggunaan media sosial pada masyarakat. Pernyataan kabid humas polda Sulsel juga dibenarkan oleh beberapa jajarannya, yang mengatakan:

“Mengantisipasi kejahatan cyber, kejahatan medsos yang kerap disalahgunakan oleh orang-orang yang tak bertanggungjawab, dengan menggunakan media sosial pun polda menggunakannya untuk menangkap kejahatan-kejahatan tersebut, dengan membentuk unit yg mengelola tentang media sosial tersebut, yaitu unit multimedia” (Kasubbid Multimedia Kopol Aziz M, oktober 2019)

Lebih lanjut, pejabat humas polda lainnya juga menambahkan bahwa :

“Kami menggunakan media sosial tentunya sebagai sarana berbagi informasi, baik sebagai wadah untuk masyarakat menyampaikan informasi maupun sebagai sarana pemberitahuan kepada masyarakat. jadi yaa betul kami menggunakan media sosial itu sebagai sarana penyebaran informasi dan sarana berinteraksi langsung kepada masyarakat” (Kasubbid PID Akbp Sabrin Soleman)

Sebagai aparat keamanan negara, kepolisian dituntut untuk selalu hadir ditengah masyarakat agar tercipta keharmonisan dan ketertiban. Untuk itu dalam penggunaan media sosialnya, kepolisian hadir sebagai pemantau dimedia sosial sekaligus sebagai pengingat kepada masyarakat mengenai bahaya pelanggaran uu ITE. Dibentuknya subbidang multimedia diharapkan dapat lebih menspesifikkan sebaran informasi yang

disampaikan kepolisian kepada masyarakat melalui media sosial, dan menghadirkan kepolisian ditengah masyarakat didalam dunia siber khususnya di media sosial.

Terkait dengan mengidentifikasi sebaran pesan hoaks yang marak di media sosial, bidang humas polda menerapkan metode patroli cyber untuk menelusuri adanya pesan-pesan dan informasi yang terindikasi mengandung hoaks dan ujaran kebencian maupun yang berkaitan dengan pelanggaran uu ite. Patroli cyber ini dilaksanakan selama 24jam setiap harinya, tidak jarang dalam sehari mereka berhasil menemukan beberapa informasi dimedia sosial yang teridentifikasi sebagai hoaks dan ujaran kebencian.

“Bentuk penanganan terhadap berita hoaks yang kami lakukan adalah melakukan yang namanya Patroli cyber. Itu untuk menelusuri adanya informasi yang terindikasi hoaks dan mengandung ujaran kebencian. Setiap hari dengan menggunakan alat yang canggih, kami menelusuri informasi-informasi yang teridentifikasi mengandung hoaks dan ujaran kebencian. Lalu kami menyerahkan kepada pihak reskrim bagian cyber media untuk menindaklanjuti temuan tersebut.” (Kabid Humas Kombes Pol Dicky Sondany, oktober 2019)

Pernyataan ini juga di ungkapkan oleh kasubbid multimedia yang mengatakan bahwa,

“Mengantisipasi kejahatan cyber seperti menangkal penyebaran hoaks dan ujaran kebencian kami rutin melakukan patroli cyber setiap harinya selama 24jam” (Kasubbid Multimedia Kopol Aziz M, oktober 2019)

Namun perlu diperhatikan bahwa banyak tidaknya penemuan informasi yang mengandung hoaks dan ujaran kebencian tergantung pada fenomena yang ada dimasyarakat saat ini. Hal ini sesuai dengan pernyataan kasubbid Penmas yang mengatakan bahwa,

“maraknya hoaks itu tergantung dari fenomena atau peristiwa yang sedang hangat di masyarakat, seperti pemilu, pilkada, atau biasa juga saat ada pejabat baru di instansi pemerintahan. Karena khan ada kepentingan jadi yaa banyak muncul berita hoaksnya” (Kasubbid Penmas Kopol Arsyad, oktober 2019)

Pernyataan ini juga dibenarkan oleh kabid humas polda Sulsel, yang mengatakan bahwa,

“hoaks biasanya banyak saat pemilu, seperti pemilu pilpres kemarin, kita banyak temukan informasi-informasi hoaks ujaran kebencian, black campaign dimedia sosial juga banyak,” (Kabid Humas Kombes Pol Dicky Sondany, oktober 2019)

Kemudian ketika ditanya mengenai apa saja yang melatar belakangi para pelaku penyebar hoaks melakukan aksinya, baik kasubbid penmas, pid dan multimedia mengatakan hal yang sama bahwa untuk pengungkapan motif apa, itu bukan ranah kami untuk menjawab, karena motif biasanya diselidiki oleh bidang reskrimsus cyber crime, berikut beberapa kutipan wawancara mengenai hal tersebut,

“sebenarnya rata-rata hoaks itu muncul karena ada beberapa oknum yang mungkin punya kepentingan tertentu, tapi untuk motif pastinya itu kami tidak bisa ungkapkan detailnya karena itu tugasnya bagian reskrimsus cyber crime, tugas kami di humas hanya memonitoring untuk penindakan dan penyidikan itu tugas nya cyber crime” (Kasubbid Penmas Kopol Arsyad, oktober 2019)

“kalau mau tau tentang apa biasa motif nya itu hoaks, bagus kalau orang di cyber crime yang bicara, karena sebenarnya tiap hoaks yang didapat itu beda-beda motifnya jadi kami di humas tidak bisa pastikan apa motifnya sebelum di selidiki sma cyber crime” (Kasubbid PID Akbp Sabrin Soleman, oktober 2019)

“motif hoaks itu berbeda-beda, biasanya tergantung dari materi atau isi hoaksnya, orang bagian cyber crime yang punya data rata-rata apa motifnya disebarkan itu hoaks, kami hanya bertugas untuk melakukan pencegahan seperti memberikan informasi bahaya hoaks” (Kasubbid Multimedia Kopol Aziz M, oktober 2019)

Mengetahui perihal apa saja motif dari munculnya informasi hoaks, bukan merupakan wewenang dari bidang humas polda Sulsel, namun satu yang pasti bahwa selalu saja informasi hoaks marak terjadi pada musim pemilihan umum. Terbukti dengan banyaknya informasi-informasi yang mengandung hoaks yang ditemukan tim patroli cyber saat mendekati atau musim kampanye pemilihan umum. Namun adapun bukti ataupun jumlah data terkait banyaknya hoaks yang ditemukan saat musim kampanye pemilihan umum, tidak diberikan dan hanya melalui lisan bahwa memang benar kasus hoaks banyak ditemukan saat musim kampanye pemilu.

Sejalan dengan pernyataan beberapa informan yang mengatakan bahwa sebenarnya paling banyak penyebaran hoaks terjadi saat mendekati waktu pemilihan umum, pilkada, pilpres maupun pemilihan legislative. Materi dari berbagai informasi hoaks tersebut tidak dapat di ungkapkan secara detail oleh para informan. Sejalan dengan pernyataan tersebut, penulis melakukan penelusuran di akun media sosial instagram @polda_Sulsel dan @humas_polda_Sulsel kedua akun ini telah terhubung langsung dengan facebook dan twitter. Mayoritas informasi yang

bermuatan himbauan bahaya hoaks dan kampanye anti hoaks di posting pada bulan-bulan tertentu seperti saat masa kampanye dan menjelang pemungutan suara pemilihan umum.

Berikut ini daftar postingan yang bermateri himbauan bahaya hoaks yang bersifat persuasive, kampanye anti hoaks, ataupun literasi hoaks.

Instagram @polda_Sulsel

No.	Tanggal Posting	Materi Postingan	Kategori Postingan
1.	01/02/2018	Sukseskan pilkada tanpa hoax,hindari jeratan UU ITE	Himbauan bersifat persuasive
2.	02/02/2018	Hindari UU ITE dengan bijak bermedia sosial. bersama kita wujudkan Pilkada yang aman dan tertib.	Himbauan bersifat persuasive
3.	12/02/2018	Indonesia damai tanpa hoax	Kampanye anti hoaks
4.	15/02/2018	Video kampanye anti hoaks oleh kepolisian bekerjasama dengan jurnalis	Kampanye anti hoaks
5.	20/03/2018	Video kampanye anti hoaks	Kampanye anti hoaks
6.	08/05/2018	Klarifikasi informasi yang ditemukan mengandung hoaks	Klarifikasi segera
7.	24/06/2018	Sukseskan pilkada tanpa hoaks	Himbauan bersifat persuasive
8.	24/06/2018	Meme lawan penyebaran hoax	Meme persuasive
9.	15/09/2018	Repost stempel hoax humas polri	Klarifikasi segera
10.	04/01/2019	Mari wujudkan pemilu tanpa hoaks. Generasi millennial tanpa hoaks	Himbauan bersifat persuasive
11.	21/02/2019	Jangan ki sebar hoaks di Sulsel	Himbauan bersifat persuasive

12.	25/02/2019	Stop hoax	Himbauan bersifat persuasive
13.	01/03/2019	Stop hoax	Himbauan bersifat persuasive
14.	06/03/2019	Stop sebarkan haox	Himbauan bersifat persuasive
15.	08/03/2019	Saring sebelum sharing. Jangan ada hoax diantara kita	Himbauan bersifat persuasive
16.	12/03/2019	Saring, saring, saring sebelum sharing	Himbauan bersifat persuasive
17.	13/03/2019	Sehat tanpa haox	Himbauan bersifat persuasive
18.	15/03/2019	Sebarkan kebaikan bukan hoax	Himbauan bersifat persuasive
19.	16/03/2019	Baca, tanyakan cek, pastikan	Literasi
20.	21/03/2019	Gunakan media sosial dengan bijak, stop sebarkan hoax	Himbauan bersifat persuasive
21.	24/03/2019	Indahnya dunia tanpa hoax	Himbauan bersifat persuasive
22.	25/03/2019	Lebih baik kejujuran terpahit, dari pada kebohongan termanis. Stop hoax	Himbauan bersifat persuasive
23.	26/03/2019	Generasi millennial itu bebas hoax	Himbauan bersifat persuasive
24.	27/03/3019	Smartphone, smartuser tanpa hoax	Himbauan bersifat persuasive
25.	28/03/2019	Bijaklah bersosmed	Himbauan bersifat persuasive
26.	29/05/2019	Konfrensi pers penghinaan terhadap kapolri di media sosial	Klarifikasi segera
27.	03/10/2019	Press realese tersangka penyebar hoax	Klarifikasi segera

Tabel 4. 2 (daftar postingan ig @polda_Sulsel)

Instagram @humas_polda_Sulsel

No.	Tanggal Posting	Materi Postingan	Kategori Postingan
1.	14/05/2018	Temuan Hoax terhadap kapolri, langsung diberi stempel hoax	Klarifikasi segera
2.	18/09/2018	Ingat, membuat dan menyebar hoax adalah perbuatan tercela dan berakibat penjara	Himbauan bersifat persuasive
3.	20/09/2018	Stop hoax	Kampanye anti hoaks
4.	21/09/2018	Stop isu sara, jadilah masyarakat yg cerdas jangan mau di adu domba	Himbauan bersifat persuasive
5.	25/09/2018	Saring sebelum sharing	Himbauan bersifat persuasive
6.	26/09/2018	Menyebarkan hoax berakibat penjara. "mari wujudkan pileg dan pilpres 2019 aman, damai dan sejuk"	Himbauan bersifat persuasive
7.	26/09/2018	Temuan hoax. Diberi stempel hoax	Klarifikasi segera
8.	27/09/2018	Waspada hoax "hoax dapat memecah persatuan, mari bijak bermedia sosial"	Himbauan bersifat persuasive
8.	15/01/2019	Saring dulu sebelum sharing "jangan ada hoax diantara kita"	Himbauan bersifat persuasive
9.	16/01/2019	Kebohongan hanya akan menyelamatkanmu sementara tapi akan menghancurkanmu selamanya. Stop hoaks	Himbauan bersifat persuasive
10.	18/01/2019	Indahnya dunia tanpa hoax	Himbauan bersifat persuasive
11.	20/06/2019	Update polda Sulsel amankan pelaku hate speech kepada polisi	Klarifikasi segera

Tabel 4. 3 (daftar postingan ig @humas_polda_Sulsel)

Humas polda Sulsel memanfaatkan penggunaan media sosial untuk menyampaikan beragam informasi khususnya informasi yang berkaitan dengan bahaya penyebaran berita hoaks dan juga segala hal yang menyangkut kinerja kepolisian. Hal ini berdasarkan hasil wawancara dengan beberapa pejabat bidang humas polda Sulsel, mereka mengungkapkan bahwa jenis informasi lain yang kerap diberikan kepada masyarakat adalah informasi seputar himbauan untuk taat dan patuh terhadap peraturan kepolisian, info kegiatan-kegiatan internal dan eksternal kepolisian, info keberhasilan kinerja kepolisian dalam mengungkapkan kasus tertentu, dan tentu saja informasi mengenai bahaya penyebaran hoaks dan ancaman pelanggaran uu ITE.

Tidak hanya melalui media sosial, Kabid humas polda Sulsel mengatakan bahwa informasi diatas disebarkan pula melalui media mainstream.

“Memberikan himbauan kepada masyarakat, agar antisipasi dan jangan sampai terjadi kecelakaan lalulintas, kemudian himbauan agar masyarakat tidak menjadi korban tetorisme atau radikalisme, himbauan antisipasi apabila terjadi bencana alam,, jadi dengan media sosial ini informasi jadi lebih massif karena pengguna internet di Indonesia banyak sekitar 150an jt. Jadi selain melalui media mainstream kami menggunakan media sosial untuk menyampaikan informasi tersebut. Karena kecepatan penyampaian informasi melalui media sosial sangat cepat dibandingkan media mainstream.”
(Kabid Humas Kombes Pol Dicky Sondany, oktober 2019)

Pernyataan ini juga didukung oleh pejabat bidang humas lainnya, yang mengatakan bahwa,

“Ada banyak informasi yang kami berikan, paling pertama sebetulnya adalah informasi yang meluruskan berita bohong atau hoaks yang disebar oleh pihak tak bertanggung jawab, apa lagi berita bohong tentang negara maupun institusi lainnya, kedua informasi seputar pengungkapan kasus, yg diungkap oleh jajaran kepolisian, ketiga kegiatan2 pelayanan kepolisian pada masyarakat, sering kita berikan melalui media sosial, penyampaian pelayanan bisa berupa pelayanan sim, kedokteran bayangkara dll” (Kasubbid Multimedia Kopol Aziz M, oktober 2019)

Menyampaikan segera informasi yang dianggap mengandung hoaks adalah hal yang paling penting dilakukan humas polda Sulsel agar masyarakat segera mengetahui adanya informasi yang teridentifikasi mengandung hoaks.



Gambar 4. 6 (Konfrensi Pers terkait pengungkapan penyebar hoaks)



Gambar 4. 7 (Informasi yang telah dikonfirmasi sebagai hoaks)

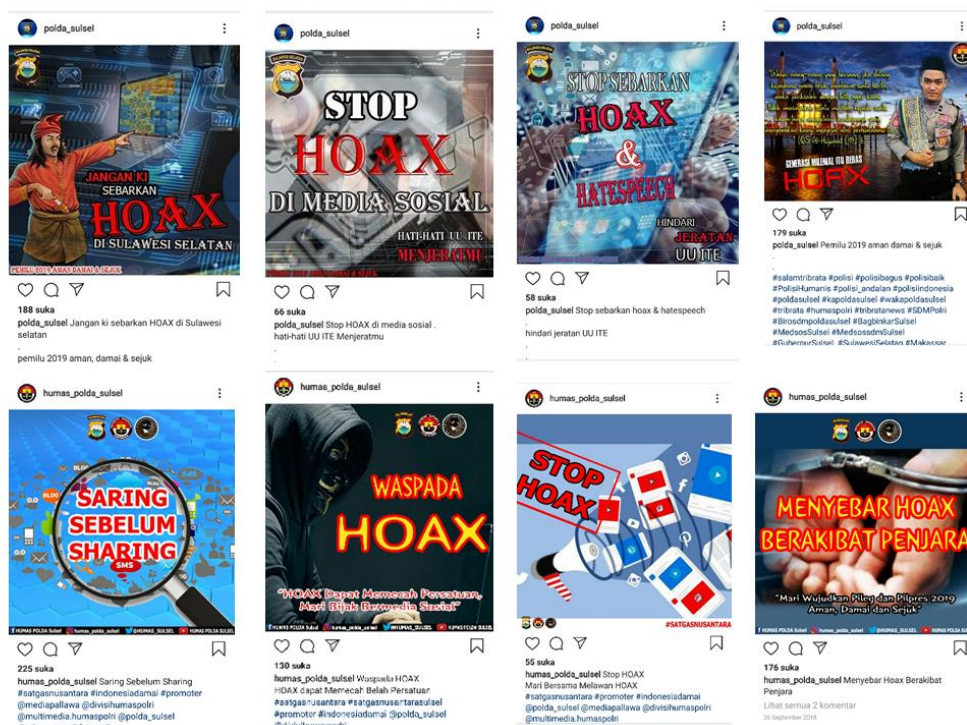
Selain memperhatikan informasi apa saja yang akan di bagikan di media sosial, bidang humas polda Sulsel juga memperhatikan latar belakang dari mayoritas pengikutnya. Penempatan hastag pada setiap postingan, diharapkan dapat menyebarkan informasi tersebut dengan cepat dan mudah ditemukan. Begitu pula dengan isi caption yang sejalan dengan pesan yang ditampilkan pada gambar. Memberikan tag atau mention pada akun-akun polres jajaran merupakan salah satu isi caption agar pesan atau info yang akan disampaikan dapat dipahami dan bermanfaat.

“Jaman sekarang kebanyakan pengguna media sosial dari kalangan millennial, jadi informasi yang kami sampaikan menggunakan kata yang ringan dan mudah dipahami. Kita pakai hastag disetiap postingan, terus kami juga me-mention beberapa akun polres jajaran agar mereka dapat me-repost sehingga pesan yang kami posting itu dapat tersebar dengan cepat” (banum multimedia Briptu Muh. Aspar, oktober 2019)

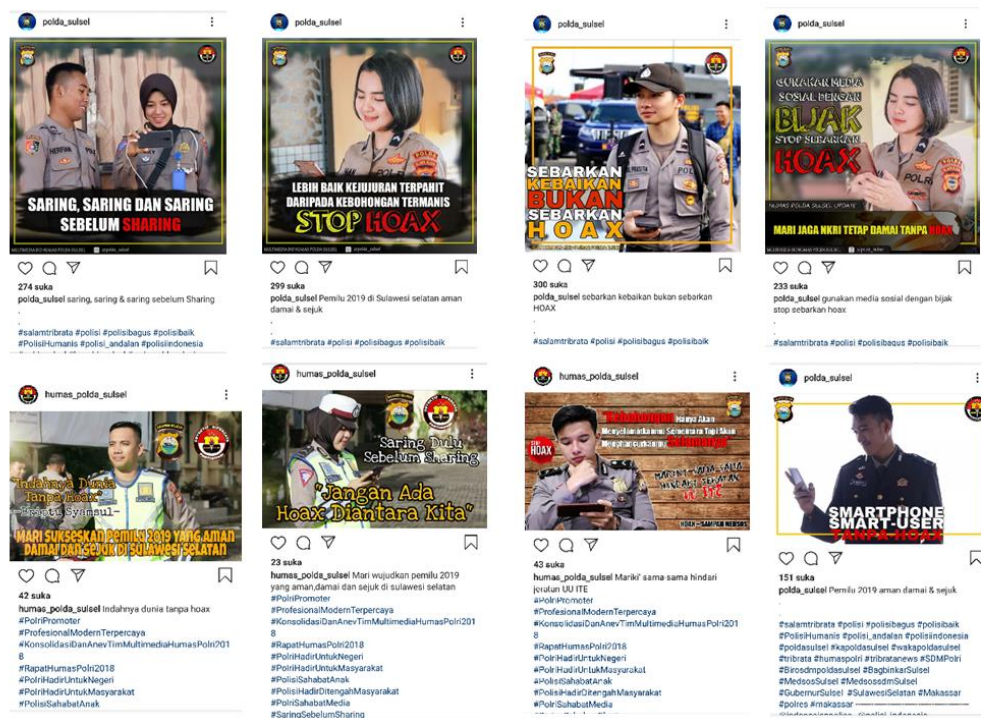
Lebih lanjut, pejabat bidang humas polda Sulsel lainnya juga menambahkan,

“Penggunaan pesan yang ringan bukti kami memperhatikan para followers. Dengan gambar meme dan kata-kata yang mudah dipahami diharapkan informasi tersalurkan dengan tepat.” (Kasubbid Multimedia Kompol Aziz M, oktober 2019)

Sejalan dengan pernyataan diatas, beberapa postingan di akun media sosial instagram @polda_Sulsel dan @humas_polda_Sulsel menampilkan pesan-pesan bahaya penyebaran hoaks. Salah satunya postingan yang bertuliskan “menyebar hoax berakibat penjara”, “jangan ki sebar hoax di Sulawesi Selatan”, “ Waspada hoax, hoax dapat memecah belah persatuan, mari bijak bersosial media”. Berikut tampilan informasi bahaya penyebaran hoaks yang Humas Polda Sulsel telah sebarakan melalui Instagram media sosial sebagai berikut :



Gambar 4. 8 (Tampilan beberapa postingan bahaya penyebaran hoaks)



Gambar 4. 9 (Tampilan beberapa postingan anti hoaks)

Terkait dengan banyaknya informasi yang telah disampaikan humas polda dalam akun media sosialnya, tidak lepas dari koordinasi yang telah dilakukan oleh admin pengelola akun media sosial dengan para pejabat humas polda, seperti yang dikatakan oleh salah satu admin akun media sosial polda Sulsel,

“iya memang benar, sebelum kami mempostingan sebuah informasi di akun medsos, kami perlu meminta persetujuan dari atasan, apakah informasi ini layak untuk di posting dan redaksi katanya juga diperhatikan. Kami ada grup tersendiri dengan atasan untuk saling mengkoordinasikan apa-apa saja informasi yang akan disampaikan” (banum multimedia Briptu Muh. Aspar, oktober 2019)

Pernyataan diatas kemudian dibenarkan oleh para pejabat humas polda yang mengatakan bahwa hal wajib yang dilakukan sebelum memposting suatu informasi adalah saling berkoordinasi. Saling berkoordinasi dalam suatu organisasi atau institusi menjadi hal yang wajib dilakukan agar tercipta kesamaan persepsi untuk mencapai tujuan bersama.

“Iyaa tentu melewati beberapa prosedur, karena sebelum itu informasi disebarkan di media sosial, melalui beberapa tingkatan mulai dari bawah ke tingkat atas, jika sudah di konfirmasi share yaa di share. Tapi itu untuk msalah tugas2 kepolisian jgan sampai lari dari situ.”
(Kasubbid PID Akbp Sabrin Soleman, oktober 2019)

Berdasarkan hasil wawancara diatas, adapun strategi penggunaan media sosial yang dilakukan tercermin dalam beberapa tahapan-tahapan, sebagai berikut :

Pertama, bidang humas polda Sulsel dalam menyampaikan informasi bahaya penyebaran hoaks di media sosial, memperhatikan latar belakang dari para pengikutnya yang ternyata mayoritas dari kalangan millennial dan terbilang masih muda, tetapi tidak bisa dipungkiri juga bahwa masyarakat secara bebas untuk dapat melihat segala bentuk informasi yang disampaikan kepolisian melalui media sosial tanpa memandang usia dan latar belakang.. Oleh karena itu, design pesan yang disampaikan bermuatan kata-kata yang mudah dipahami, menempatkan kata-kata humor pada setiap postingannya, dan design pesan yang tidak melenceng dari aturan jurnalistik dan KBBI.

Kedua, mendesign pesan yang dapat mempengaruhi khalayak atau target sasaran. Bidang humas polda Sulsel menggunakan #hashtag pada setiap postingannya. Penggunaan #hashtag ini bertujuan agar informasi yang disampaikan dapat cepat tersebar. Selain #hashtag, penggunaan kata-kata persuasive seperti “Saring Sebelum Sharing” atau “Stop Hoax” atau “Menyebarkan Hoax Berakibat Penjara” atau “Sebarkan Kebaikan bukan Sebarkan Hoax” diharapkan dapat menambah pengetahuan masyarakat sehingga dapat terbebas dari dampak negative hoaks.

Ketiga, penerapan rencana untuk menambah pengetahuan, sikap, dan perilaku masyarakat, bidang humas polda Sulsel menerapkan tiga strategi penggunaan media sosial, pertama sebagai pengawas atau pemantau dengan melakukan patroli cyber, kedua klarifikasi segera jika ada informasi yang bersifat hoaks, ketiga, penyampaian informasi bahaya hoaks. Diharapkan dengan adanya ketiga strategi ini, masyarakat pengguna media sosial dapat berhati-hati atau selektif dalam memilah informasi yang akan di konsumsinya agar penyebaran informasi hoaks dapat berkurang atau bahkan tidak berkembang lagi.

Kesimpulan yang dapat ditarik dari hasil wawancara diatas adalah bahwa dalam upaya mengurangi penyebaran hoaks, bidang humas polda Sulsel menerapkan beberapa strategi dalam penggunaan media sosialnya. Pertama melakukan pengawasan atau pemantauan terhadap pengguna media sosial, dengan cara melakukan patroli cyber setiap hari selama 24jam. Metode ini bertujuan untuk mengantisipasi kejahatan-kejahatan

yang timbul di media sosial. Kedua, klarifikasi segera jika ada informasi-informasi yang bersifat hoaks, baik dengan melakukan konferensi pers dengan media massa, ataupun klarifikasi melalui postingan di media sosial. Ketiga, memberikan informasi dan pesan mengenai bahaya hoaks dengan memposting gambar-gambar dan meme yang mengandung kata-kata persuasif dan memberikan hastag # pada setiap postingan kemudian mention akun media sosial setiap Polres jajaran agar postingan tersebut dapat disebarluaskan dengan mudah dan cepat.

5. Upaya literasi yang dilakukan Bidang Humas Kepolisian Daerah Sulawesi Selatan dalam menyadarkan masyarakat mengenai bahaya penyebaran informasi hoaks di media sosial

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi saat ini menuntut masyarakat untuk terus sejalan dengan perkembangan tersebut. Munculnya internet menjadi titik awal mudahnya masyarakat mengakses informasi. Diiringi dengan lahirnya media sosial sebagai medium atau bagian dari internet yang dapat memungkinkan penggunaannya untuk saling berinteraksi, berkomunikasi, bekerjasama dengan pengguna lainnya melalui berbagai fitur yang dimiliki media sosial.

Banyaknya aktifitas yang dapat dilakukan di media sosial, membuat masyarakat harus hati-hati dalam penggunaannya. Saling berbagi informasi salah satu manfaat dari penggunaan media sosial. Berlimpahnya informasi di media sosial memunculkan lahirnya informasi tidak benar atau nama

lainnya adalah hoaks. Hoaks (*hoax*) merupakan informasi yang berisi berita tidak benar atau bohong yang secara sengaja dibagikan oleh oknum tertentu yang bermaksud menyesatkan. Oleh karena itu, saat ini masyarakat dituntut untuk dapat menyeleksi sendiri informasi yang diterimanya dengan membentengi diri melalui pengetahuan tentang bahayanya penggunaan media sosial yang tidak bijak dan cenderung melanggar norma yang berlaku.

Literasi media hadir untuk membendung segala informasi hoaks yang diterima masyarakat. Masyarakat sebagai sasaran dari hoaks harus sanggup memilah sendiri informasi yang akan di konsumsinya. Mengingat hoaks tidak akan berdampak besar jika si penerima informasi hoaks tidak serta merta menyebarkannya tanpa mengetahui fakta yang sebenarnya dari informasi tersebut.

Tugas bidang humas sebagai penerangan kepada masyarakat, dituntut untuk dapat memberikan pengetahuan atau literasi kepada masyarakat mengenai bahaya penyebaran hoaks, ujaran kebencian dan hal-hal yang dapat merugikan dalam penggunaan media sosial. Berdasarkan wawancara yang dilakukan oleh beberapa pejabat humas polda Sulsel dan banum multimedia selaku admin media sosial polda Sulsel, mereka mengatakan bahwa berbagai upaya literasi telah dilakukan untuk mengurangi penyebaran informasi hoaks, mulai dari literasi kepada internal anggota kepolisian terlebih dahulu dengan melaksanakan berbagai pelatihan atau workshop mengenai penggunaan media sosial yang baik,

dan tentu saja rutin melakukan literasi kepada masyarakat mengenai bahaya penyebaran hoaks dan pelanggaran uu ite lainnya.

“sebagai aparaturnegara, kami di kepolisian sering memberikan pelatihan ataupun sosialisasi internal sebelum kami melaksanakan fungsi sosialisasi dimasyarakat dan kemitraan dengan universitas dan komunitas. Kami juga sering pasang iklan di media mainstream seperti di tv radio koran maupun baliho pinggir jalan yaa tentang bahaya informasi hoaks dan ujaran kebencian. Masih ada lagi, kami juga biasa membuat kampanye anti hoaks dan sebaran pesan dan gambar mengenai bahaya hoaks.” (Kabid Humas Kombes Pol Dicky Sondany, oktober 2019)

Lebih lanjut, kabid humas menjelaskan bahwa pentingnya melakukan sosialisasi terhadap internal kepolisian adalah untuk memberikan pemahaman yang lebih banyak mengenai penggunaan media sosial yang baik dan benar, sehingga diharapkan masyarakat dapat mengambil contoh dari sikap antipasti kepolisian terhadap informasi hoaks.

“... melakukan pelatihan atau sosialisasi terhadap anggota itu penting, karena tidak dapat dipungkiri kalau anggota polisi juga termasuk dalam target hoaks, jadi kami memberikan juga pemahaman penggunaan media sosial yang baik dan benar” (Kabid Humas Kombes Pol Dicky Sondany, oktober 2019)

Terkait dengan upaya literasi yang dilakukan humas polda Sulsel, pejabat humas lainnya mengatakan bahwa,

“Kami biasanya melakukan sosialisasi ke masyarakat dan kemitraan yang ada. Saat fenomena hoaks semakin meningkat, seperti pemilu atau pilkada, maka kami sekiranya melakukan sosialisasi pada masyarakat 2-3x sebulan. Ini karena pada saat itu, arus informasi hoaks sangat cepat. Biasa juga kami sosialisasinya lewat media mass, seperti dibuatkan diskusi khusus mengenai bahaya hoaks.” (Kasubbid Penmas Kompiler Arsyad, oktober 2019)

Kasubbid PID juga menambahkan,

“Banyak upaya yang sudah dilakukan, seperti sosialisasi, pasang iklan di media massa, pasang baliho di jalan juga, dan tentu saja di media sosial kita juga posting informasi-informasi terkait bahaya hoaks” (Kasubbid PID Akbp Sabrin Soleman, oktober 2019)

Sejalan dengan tiga pernyataan pejabat humas diatas, kedua anggota banum multimedia juga mengatakan hal serupa,

“Tentu kami di tim medsos berupaya membuat postingan-postingan yang menampilkan bahaya hoaks dan ancaman jeratan uu ITE” (Banum Multimedia, Bripda Intan Setiawati, oktober 2019)

“Dengan terus memberikan informasi melalui postingan tentang bahaya penyebaran hoaks” (Banum Multimedia, Bripda Iqbal Prasetya Gunawan, oktober 2019)

Upaya-upaya yang telah dilakukan ini sebagai bentuk dari literasi yang dilakukan bidang humas polda Sulsel dalam mengurangi penyebaran hoaks. Literasi yang dilakukan beragam baik melalui media sosial, media massa, kampanye di jalan ataupun melalui selebaran, dan yang paling penting adalah literasi dalam bentuk sosialisasi langsung kepada masyarakat. Sosialisasi yang kerap dilakukan melalui berbagai kerjasama dan kemitraan dengan pihak-pihak yang memahami konteks dari materi sosialisai yang dibawakan. Menghadirkan beberapa narasumber lain yang paham mengenai permasalahan tersebut, baik dari kalangan akademisi ataupun dari kalangan professional lainnya.

Materi dari sosialisasi yang dilakukan oleh bidang Humas Polda Sulsel kepada audience atau masyarakat adalah melulu soal bagaimana

menggunakan dan memanfaatkan media sosial sebagai sarana penyebaran informasi anti hoaks. Masyarakat diminta untuk dapat melakukan keterampilan mengidentifikasi masalah, mencari informasi, menyortir, menyusun, memanfaatkan, mengkomunikasikan dan mengevaluasi informasi untuk kebutuhan yang diinginkan, sehingga informasi-informasi hoaks yang diterimanya tidak secara massif dapat tersebar.



Gambar 4. 10 (tampilan postingan diinstagram mengenai literasi bahaya penyebaran hoaks)

Gambar diatas menunjukkan upaya literasi yang dilakukan melalui media sosial. Postingan ini menunjukkan seorang pejabat kepolisian yang sedang memegang smartphone, dan menuliskan materi postingan bahwa ketika menerima sebuah informasi, harus memperhatikan beberapa hal, yaitu Baca, informasi secara detail teliti terhadap isinya, lalu Tanyakan, kepada pemberi informasi dari mana asal informasi tersebut, kemudian Cek, sumber informasi apakah dari media yang kredibel atau terpercaya, dan Pastikan melalui search engine apakah ada informasi yang sama. Keempat hal ini dapat dijadikan bahan pertimbangan sebelum mempercayai informasi yang diterima.

Terkait materi sosialisasi yang dilakukan bidang humas polda Sulsel ialah menyoal apa saja ciri-ciri yang paling umum ditemukan pada setiap informasi hoaks. Kasubbid penmas menjelaskan bahwa terdapat beberapa ciri-ciri khusus untuk mengidentifikasi bahwa informasi tersebut mengandung hoaks. Pertama, isi pesan bersifat membujuk untuk melakukan share/bagikan sebanyak-banyaknya. Kedua, gambar yang digunakan tidak jelas dan terkesan sama dengan beberapa gambar atau foto dari peristiwa lain atau editan. Ketiga, tulisan yang digunakan pada informasi hoaks tersebut biasanya kurang jelas dan tidak menampilkan sumber informasi.

“ciri-ciri hoax itu gampang, satu mereka membuat pesan yang bersifat membujuk supaya dibagikan sebanyak-banyaknya, kedua itu gambarnya jelek biasanya hasil editan dan biasa juga gambarnya hasil dari gambar peristiwa lain, ketiga tulisannya kurang bagus dan

tidak masuk akal. "(Kasubbid Penmas Kopol Arsyad, oktober 2019)

Kemudian ketika peneliti menanyakan apakah upaya-upaya diatas telah tepat dalam mengurangi penyebaran hoaks di media sosial ? yang kemudian di jawab oleh para pejabat dan banum multimedia humas polda Sulsel,

"Karena animo masyarakat dan jumlah pengguna internet saat ini sudah jauh meningkat, maka diharapkan dengan media sosial upaya untuk mengurangi hoaks dapat terwujud." (Kasubbid Multimedia Kopol Aziz M, oktober 2019)

"....untuk mengukur apakah yang kita sudah lakukan itu sudah tepat, tergantung lagi kepada masyarakat yang menerima informasi itu," (Banum Multimedia, Bripda Intan Setiawati, oktober 2019)

"Sebagai aparatur negara,kami di bidang humas hanya bertugas sebagai penerangan masyarakat, jadi kami berharap upaya2 itu sudah tepat." (Banum Multimedia, Bripda Iqbal Prasetya Gunawan, oktober 2019)

Ketiga pernyataan diatas ditemukan bahwa menurut mereka, upaya literasi yang telah dilakukan sekiranya sudah tepat dalam mengurangi penyebaran hoaks di media sosial, namun kembali lagi pada sikap masyarakat atau pengguna media sosial itu sendiri bagaimana menyikapi informasi hoaks yang diterimanya.

Sejalan dengan temuan penelitian diatas, berdasarkan temuan dari jurnal yang ditulis oleh Dona Raisa Monica "Upaya Kepolisian dalam Penanggulangan Tindak Pidana Penyebaran Hoax" yang mengungkapkan bahwa terdapat tiga cara yang dilakukan kepolisian dalam menanggulangi penyebaran hoaks, pertama cara preemtif yaitu melakukan pencegahan

dengan cara menanamkan nilai-nilai/ norma-norma yang baik. Kedua preventif yaitu upaya tindak lanjut dari upaya preemtif dengan cara menghilangkan adanya kesempatan untuk melakukan kejahatan. Ketiga upaya refresif, adapun yang dimaksud adalah upaya yang dilakukan setelah terjadi tindak pidana/kejahatan yang berupa penegakan hukum dengan menjatuhkan hukuman.

Berdasarkan temuan peneliti terkait dengan upaya literasi yang dilakukan bidang humas kepolisian daerah Sulawesi selatan dalam menyadarkan masyarakat untuk menggunakan media sosial sebagai sarana penyebaran informasi anti hoaks, dengan menerapkan tiga upaya literasi; pertama, literasi terhadap internal kepolisian dengan melaksanakan pelatihan atau workshop terkait upaya menambah pengetahuan mengenai penggunaan media sosial yang baik dan benar. Kedua, melakukan sosialisasi langsung dengan pihak-pihak kemitraan, instansi pemerintahan, tokoh masyarakat, kampus dan wartawan. Dan ketiga, upaya literasi melalui media massa dan media sosial juga kerap dilakukan oleh bidang humas polda Sulsel, seperti menampilkan foto ataupun gambar ilustrasi mengenai tahapan mengidentifikasi informasi yang diterima, atau dengan memposting video bahaya penyebaran hoaks di media sosial.

6. Hambatan yang dialami Kepolisian Daerah Sulawesi Selatan dalam mengurangi penyebaran informasi hoaks di media sosial

Saat ini, setiap instansi ataupun lembaga pemerintahan dituntut untuk dapat mengikuti setiap perkembangan teknologi, utamanya teknologi informasi dan komunikasi. Salah satunya pemanfaatan dan penggunaan media sosial sebagai media penyebaran informasi dan komunikasi kepada masyarakat. Demikian pula dengan kebijakan kepolisian daerah Sulawesi selatan yang menerapkan penggunaan media sosial dalam aktivitas penyebaran informasi kepada masyarakat yang kemudian dikelola oleh bidang Humas Polda Sulawesi Selatan. Proses pengelolaan media sosial yang dilakukan bidang humas polda Sulsel tentu kerap kali menghadapi hambatan, terutama saat menghadapi suatu permasalahan.

Berdasarkan hasil wawancara bersama admin media sosial yang mengatakan bahwa ada beberapa hal yang menjadi hambatan dalam mengelola media sosial, diantaranya adalah kurangnya minat dari netizen untuk ikut serta menyebarkan informasi yang telah di posting dengan men-share atau men-like, atau me-repost.

“hambatan yang biasa kami alami itu, biasanya cuman kurangnya minat followers di media sosial untuk menshare dan menglike postingan informasi hoaks yang kami berikan, jadi kadang kami merasa kalau postingan yang sudah post itu tidak diperhatikan.”
(banum Bripda Intan Setiawati, oktober 2019)

“hambatannya itu biasa, soal kurangnya interaksi dan minat masyarakat pengguna medsos untuk ikut berpartisipasi menyebarkan postingan bahaya hoaks, terkadang jumlah yang

menshare dan like di postingan kami di ig hanya belasan atau puluhan, padahal jumlah followers kami banyak” (Banum Multimedia, Bripda Iqbal Prasetya Gunawan, oktober 2019)

Sejalan dengan pernyataan dari admin media sosial, kepala bidang humas polda Sulsel juga menambahkan bahwa adanya sikap antipasti masyarakat terhadap kepolisian yang membuat mereka kurang minat dengan segala hal yang diinformasikan oleh kepolisian,

“hambatan yang besar sebenarnya tidak ada, hanya saja sikap antipasti masyarakat terhadap pihak kepolisian yang menyebabkan kurangnya minat masyarakat untuk turut ikut serta untuk menyebarkan pesan-pesan bahaya hoaks” (Kabid Humas Kombes Pol Dicky Sondany, oktober 2019)

Hambatan lain yang dialami bidang humas polda Sulsel dalam penyebaran informasi hoaks di media sosial adalah hambatan dari internal kepolisian dimana kurangnya sdm dari pihak kepolisian khususnya humas yang memahami secara mendalam mengenai media sosial.

“...kami di bagian humas kekurangan sdm, rata-rata disini sudah tua untuk bisa mengoperasikan media sosial, jadi kami sebenarnya bergantung sama anggota yang masih muda. Kalau soal teori humas kami yang senior lumayan paham ji, tapi kalau disuruh mengoperasikan media sosial, itu susah mesti belajar banyak lagi.” (Kasubbid Multimedia Kopol Aziz M, oktober 2019)

Hambatan lain yang ditemukan adalah adanya beberapa komentar negative yang ditujukan kepada kepolisian di beberapa kolom komentar akun media sosial, seperti yang diungkapkan salah satu admin media sosial, mengatakan bahwa,

“Hambatan yang biasa didapat itu biasanya kalau kami menerima komentar negative dari masyarakat di media sosial. ada beberapa

postingan yang dikomentari negative, seperti kinerja polisi yang dianggap dimaksimal, sampai komenter yang menganggap upaya kami itu termasuk pencitraan” (banum multimedia Briptu Muh. Aspar, oktober 2019)

“Yaa kami hanya menanggapi komentar begitu sebagai bahan kritikan supaya bisa memberikan postingan yang lebih baik lagi” (banum multimedia Briptu Muh. Aspar, oktober 2019)

Setelah melakukan berbagai upaya dalam mengurangi penyebaran hoaks di media sosial, bidang Humas Polda Sulsel tentu berharap bahwa masyarakat atau para pengguna internet dan media sosial untuk bisa bijak dalam menyikapi adanya hoaks yang diterima.

Berdasarkan temuan hasil penelitian diatas, disimpulkan bahwa yang menjadi hambatan bidang humas polda Sulsel dalam mengurangi penyebaran hoaks dimedia sosial, pertama kurangnya minat dari netizen untuk ikut serta menyebarkan informasi yang telah di posting dengan men-share atau men-like, atau me-repost. Kedua, sikap antipasti masyarakat terhadap kepolisian yang membuat mereka kurang minat dengan segala hal yang diinformasikan oleh kepolisian. Ketiga, hambatan dari internal kepolisian dimana kurangnya sdm dari pihak kepolisian khususnya humas yang memahami secara mendalam mengenai media sosial. Keempat, adanya beberapa komentar negative yang ditujukan kepada kepolisian di beberapa kolom komentar akun media sosial.

B. Pembahasan

Perlu diketahui bahwa Kepolisian Daerah Sulawesi Selatan merupakan pelaksana tugas dan wewenang Polri di wilayah provinsi yang berada dibawah Kapolri. Sesuai dengan isi Perpol nomor 14 tahun 2018 tentang susunan organisasi dan tata kerja kepolisian Bab 2 Pasal 3 yang mengatakan bahwa Polda bertugas melaksanakan tugas pokok Polri yaitu memelihara keamanan dan ketertiban masyarakat, menegakkan hukum, serta memberikan perlindungan, pengayoman, dan pelayanan kepada masyarakat.

Terciptanya rasa aman dari segala perbuatan, tindakan, maupun intimidasi yang mengarah pada hal-hal yang akan merusak tatanan kehidupan bermasyarakat yang dilakukan oleh orang-orang atau kelompok tertentu lainnya merupakan dambaan masyarakat. Pemeliharaan rasa aman tersebut sangat dipengaruhi oleh perkembangan lingkungan dan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi. Mengapa perkembangan teknologi informasi dan komunikasi dikatakan sebagai faktor yang mempengaruhi terciptanya rasa aman ditengah masyarakat ? kemajuan teknologi informasi dan komunikasi ini berdampak pada mudahnya penyebaran informasi-informasi elektronik yang tidak lagi terhalang oleh batas wilayah dan perbedaan waktu, memicu beberapa dampak baik positif maupun negative yang sangat mempengaruhi kehidupan bermasyarakat.

Melimpahnya informasi yang ada saat ini menimbulkan munculnya berbagai macam permasalahan, seperti adanya informasi yang tidak benar atau sering disebut dengan istilah hoaks. Hoaks sendiri memiliki beberapa jenis yaitu berita palsu (*fake news*), *Clickbait*, bias konfirmasi, *misinformation*, *satire*, *post-truth*, dan propaganda. Kesemua jenis informasi hoaks ini dapat memicu munculnya keresahan, kecemasan, rasa tidak aman yang bisa saja akan menimbulkan dampak sosial. Di Indonesia, beberapa kejadian terjadi akibat dari penyebaran informasi hoaks ini. Untuk itu, Kepolisian diharapkan memiliki upaya-upaya efektif untuk menangani permasalahan ini.

Oleh karena itu, penelitian ini hadir untuk menguraikan pembahasan dari hasil penelitian mengenai tiga rumusan masalah yaitu, pertama bagaimana strategi penggunaan media sosial dalam mengurangi penyebaran informasi hoaks oleh Bidang Humas Kepolisian Daerah Sulawesi Selatan, kedua bagaimana upaya literasi yang dilakukan Kepolisian Daerah Sulawesi Selatan untuk menyadarkan masyarakat mengenai penggunaan media sosial sebagai sarana penyebaran informasi anti hoaks, dan ketiga bagaimana hambatan yang dialami Kepolisian Daerah Sulawesi Selatan dalam mengurangi penyebaran informasi hoaks di media sosial.

1. Analisis strategi penggunaan media sosial dalam mengurangi penyebaran informasi hoaks oleh Bidang Humas Kepolisian Daerah Sulawesi Selatan

Kemunculan media sosial sebagai bagian dari produk media baru dalam ruang lingkup kehidupan manusia memberikan warna tersendiri, tidak hanya sebagai sarana untuk saling berinteraksi dengan sesama pengguna, tetapi juga menjadi tempat untuk menerima berbagai jenis informasi. Sejalan dengan pemahaman teori media baru yang mengatakan bahwa kemunculan media baru telah memberikan andil terhadap pola komunikasi masyarakat saat ini. Adanya sifat terbuka, fleksibel dan dinamis dalam penggunaan media baru khususnya media sosial memberikan masyarakat kemudahan dalam mendapatkan dan memberikan informasi. Dengan berbagai fitur yang ada, media sosial akan memberikan manfaat yang luar biasa, jika digunakan dengan sangat bijak, tidak hanya dari segi pengetahuan akan informasi, bertambahnya teman, tetapi dapat pula menghasilkan pendapatan materi. Begitu juga sebaliknya, jika tidak digunakan dengan bijak, maka tidak akan mendapatkan manfaat yang relevan.

Maraknya penyebaran hoaks saat ini menuntut Kepolisian sebagai aparatur negara yang bertugas mewujudkan rasa aman dimasyarakat dengan membuat suatu strategi yang bertujuan untuk menangani permasalahan tersebut. Adanya ketentuan perundang-undangan Indonesia yang mengatur mengenai perbuatan penyebaran

berita bohong (hoaks) sebagaimana yang ditulis dalam Undang-Undang No.19 Tahun 2016 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik pasal 45a ayat 1 bahwa “Setiap Orang yang dengan sengaja dan tanpa hak menyebarkan berita bohong dan menyesatkan yang mengakibatkan kerugian konsumen dalam Transaksi Elektronik sebagaimana dimaksud dalam Pasal 28 ayat (1) dipidana dengan pidana penjara paling lama 6 (enam) tahun dan/atau denda paling banyak Rp1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah).” Dan ayat 2 bahwa “Setiap Orang yang dengan sengaja dan tanpa hak menyebarkan informasi yang ditujukan untuk menimbulkan rasa kebencian atau permusuhan individu dan/atau kelompok masyarakat tertentu berdasarkan atas suku, agama, ras, dan antargolongan (SARA) sebagaimana dimaksud dalam Pasal 28 ayat (2) dipidana dengan pidana penjara paling lama 6 (enam) tahun dan/atau denda paling banyak Rp1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah).” Membuat masyarakat harus menyadari bahwa tidak seharusnya melakukan pelanggaran tersebut.

Kepolisian daerah Sulawesi selatan yang menjadi objek dari penelitian ini menerapkan beberapa strategi dalam menangani permasalahan penyebaran hoaks ini. Strategi dimaksudkan sebagai langkah atau metode yang digunakan untuk mencapai tujuan tertentu. Dalam penelitian ini diharapkan penyebaran informasi hoaks di media

sosial dapat dikurangi, untuk itu adanya strategi yang optimal dari kepolisian daerah Sulawesi selatan diharapkan dapat terwujud.

Konsep strategi media sosial yang dituliskan Safko & Brake (2009) dalam bukunya "*The Social Media Bible*" menyatakan bahwa terdapat empat pilar utama yang mendukung suatu strategi media sosial, yang kemudian peneliti mengaitkan keempat pilar tersebut dengan hasil penelitian;

1) Komunikasi, setiap hal yang dilakukan di media sosial tidak lepas dari proses komunikasi didalamnya, dilengkapi dengan berbagai fitur pada media sosial tersebut, para penggunanya dapat dengan mudah melakukan proses interaksi, bertukar pesan, pikiran dan pendapat kepada pihak lain. Seperti halnya yang dilakukan oleh bidang humas polda Sulsel yang menggunakan media sosial untuk saling berinteraksi dengan masyarakat. Fitur komen, like dan direct message yang ada pada Instagram, facebook dan twitter memudahkan masyarakat untuk langsung memberikan respon dan tanggapannya terhadap informasi yang diposting akun media sosial kepolisian daerah Sulawesi selatan;

2) Kolaborasi, beragamnya jenis media sosial saat ini membuat pengguna media sosial bisa saling menghubungkan akunnya ke akun media sosial lainnya. Begitupula dengan penggunaan media sosial oleh

bidang humas polda Sulsel yang memanfaatkan kolaborasi antar akun media sosial, untuk lebih memudahkan penyebaran informasinya;

3) Edukasi, karakteristik dari media sosial yang bersifat masal, cepat, anonim, dan heterogen (beragam) menjadikan media sosial sebagai sarana edukasi kepada para khalayak. Bidang humas polda Sulsel juga menggunakan media sosial sebagai sarana edukasi, dengan menyampaikan berbagai informasi, berbagai solusi yang bisa digunakan ketika menghadapi masalah. Penerapan hastag #saringsebelumsharing yang disuarakan media sosial polda Sulsel dapat menjadi edukasi kepada para pengikut dan masyarakat yang melihat hastag tersebut mengenai bahaya penyebaran hoaks di media sosial;

4) Hiburan, salah satu hal yang membuat masyarakat mau menggunakan media sosial adalah adanya sifat menyenangkan (hiburan) dalam setiap penggunaannya. Mengandalkan efek visual, audio dan tulisan yang digabungkan menjadi satu dalam bentuk sebuah aplikasi dengan berbagai fitur didalamnya membuat masyarakat tidak mau berhenti untuk menggunakannya. Sama halnya yang dilakukan oleh bidang humas polda Sulsel yang selalu menyelipkan kata-kata yang bersifat menghibur dalam setiap postingannya, terutama postingan yang sifatnya persuasive agar masyarakat dengan mudah untuk ikut berpartisipasi pas postingan tersebut.

Adanya keterkaitan antara strategi penggunaan media sosial humas polda Sulsel dengan konsep strategi media sosial, melahirkan sebuah analisis yang penulis jabarkan sebagai berikut ; pertama, strategi pengawasan dan monitoring yang dilakukan humas polda Sulsel tidak menerapkan salah satu dari keempat pilar dalam konsep strategi media sosial. Komunikasi dan edukasi sebaiknya ikut berperan dalam pelaksanaan metode pengawasan dan monitoring di media sosial. Masyarakat perlu mengetahui bahwa kepolisian secara aktif memonitoring segala aktivitas penyebaran informasi yang dilakukan di media sosial. Diperlukan sikap terbuka dan transparan dalam hal ini membuka jalur interaksi lebih optimal dengan masyarakat mengenai penerapan metode pengawasan dan monitoring ini agar masyarakat dapat lebih bersikap antisipasi terhadap segala informasi yang diterimanya.

Kedua, klarifikasi segera yang diterapkan humas polda Sulsel sejalan dengan dua pilar dalam konsep strategi media sosial yaitu komunikasi dan kolaborasi. Sebagai lembaga keamanan negara, kepolisian berhak memberikan penjelasan kepada masyarakat terkait adanya informasi-informasi yang dianggap dapat mengancam rasa aman ataupun bersifat meresahkan. Untuk itu pengoptimalan interaksi komunikasi kepada masyarakat yang tecermin dalam adanya upaya klarifikasi segera ini dapat berjalan secara optimal dan tentu saja

mengandalkan kolaborasi antar tiap akun media sosial memudahkan tersebarnya informasi dengan segera.

Ketiga, penyebaran informasi yang dilakukan humas polda Sulsel melalui media sosial berupa postingan gambar-gambar, meme, quote, ataupun video mengenai bahaya penyebaran hoaks telah sejalan dengan konsep strategi media sosial, dimana keempat pilar yaitu komunikasi, kolaborasi, edukasi dan hiburan diikutsertakan dalam strategi penyebaran informasi ini. Setiap postingan yang sifatnya himbauan persuasive ataupun kampanye anti hoaks, menerapkan keempat pilar ini. Komunikasi ditempatkan sebagai upaya menjalin interaksi dengan masyarakat melalui komen dan like pada setiap postingan. Kolaborasi dilakukan antar akun dimana setiap postingan yang diupload saling terhubung dengan ketiga akun di media sosial lainnya seperti facebook, twitter dan instagram. Edukasi, setiap materi postingan yang disampaikan humas polda Sulsel mengoptimalkan sifat edukasi yang didalamnya terdapat pesan-pesan yang dapat menambah pengetahuan masyarakat mengenai bahaya penyebaran hoaks. Hiburan, menempatkan kata-kata yang ringan dan mudah untuk di pahami menjadi hal yang mudah diterima oleh pengguna media sosial lainnya.

2. Upaya literasi yang dilakukan Bidang Humas Kepolisian Daerah Sulawesi Selatan dalam menyadarkan masyarakat mengenai bahaya penyebaran informasi hoaks di media sosial

Kemudahan yang ditawarkan media sosial dengan berbagai fitur didalamnya membuat masyarakat akhirnya bergantung pada penggunaan media sosial sebagai sarana mengakses informasi sesuai dengan kebutuhannya masing-masing. Prisgunanto (2019) dalam jurnal kepolisian mengatakan bahwa saat ini peradaban manusia telah bergeser dari masyarakat industri ke masyarakat tatanan informasi baru. Dahulu orang hanya menganggap bahwa informasi adalah alat bantu (tools) saja namun sekarang telah terjadi pergeseran. Informasi saat ini sudah menjadi modal dasar manusia berinteraksi. Kepimilikan informasi sudah tidak ada maka konsep yang ada adalah berbagi informasi. disinilah sikap bijak dan arif dari si pemilik informasi untuk memahami nilai private dan public yang ada dalam konteks informasi tersebut.

Ketergantungan ini mengakibatkan banyaknya masyarakat salah langkah dalam penggunaan media sosial. Membanjirnya informasi di media sosial menuntut masyarakat untuk dapat menyaring segala informasi yang diterimanya dengan baik dan benar. Istilah literasi media menjadi hal yang harus masyarakat pahami di era saat ini,

Literasi yang dimaksud dalam penelitian ini merujuk pada definisi literasi media yang dikatakan Alan Rubin dalam Tamburaka (2013) menjelaskan definisi literasi media sebagai bentuk pemahaman terhadap sumber dan teknologi dari komunikasi, kode yang digunakan, pesan yang diproduksi dan pemilihan, penafsiran, serta dampak dari pesan tersebut.

Melihat fenomena yang saat ini terjadi, kehadiran kepolisian sebagai aparatur negara yang bertugas untuk menciptakan rasa aman kepada masyarakat mengharuskannya untuk dapat menciptakan metode atau upaya agar masyarakat dapat bijak dalam menggunakan media sosial dengan baik dan benar, mengingat ada ketentuan hukum yang mengatur tentang penyebaran informasi. Kepolisian daerah Sulawesi selatan melalui bidang humasnya sering kali mengadakan sosialisasi dan himbauan kepada masyarakat mengenai bahaya penyebaran hoaks, serta ancaman akan terjeratnya UU ITE dan tata cara penggunaan media sosial yang baik dan benar.

Informasi anti hoaks sering dilayangkan kepolisian dalam setiap sosialisasinya kepada masyarakat. Mengingat arus informasi hoaks tidak hanya menyerang masyarakat dari kalangan tertentu tetapi masyarakat secara umum tanpa melihat latar belakangnya dapat pula terserang informasi hoaks. Fenomena penyebaran hoaks ini sejalan dengan pemahaman teori ekologi media yang menjelaskan bahwa bagaimana sebuah media dapat mempengaruhi persepsi manusia,

perasaan, emosi dan nilai dari teknologi tersebut. Teori ini berpusat pada prinsip-prinsip bahwa masyarakat tidak bisa lepas dari pengaruh teknologi dan teknologi yang akan tetap menjadi pusat untuk hampir semua lapisan masyarakat. (West & Turner 2008:139)

Begitu besarnya pengaruh media sosial terhadap para penggunanya, sehingga menyikapi pengaruh tersebut dengan membentengi diri melalui pemahaman literasi. Kepolisian menerapkan upaya literasi yang diharapkan dapat mempengaruhi berkurangnya penyebaran informasi hoaks di media sosial. Pertama, literasi terhadap internal kepolisian dengan melaksanakan pelatihan atau workshop terkait upaya menambah pengetahuan mengenai penggunaan media sosial yang baik dan benar. Kedua, melakukan sosialisasi langsung dengan pihak-pihak kemitraan, instansi pemerintahan, tokoh masyarakat, kampus, wartawan. Dan ketiga, upaya literasi melalui media massa dan media sosial juga kerap dilakukan oleh bidang humas polda Sulsel, seperti menampilkan foto ataupun gambar ilustrasi mengenai tahapan mengidentifikasi informasi yang diterima, atau dengan memposting video bahaya penyebaran hoaks.

3. Hambatan yang dialami Kepolisian Daerah Sulawesi Selatan dalam mengurangi penyebaran informasi hoaks di media sosial

Mengurangi penyebaran informasi hoaks di media sosial tentu bukan upaya yang mudah, mengingat berdasarkan data bahwa jumlah pengguna internet lebih dari separuh jumlah penduduk Indonesia.

Untuk itu, merekalah yang akan menjadi sasaran dari produksi sebaran informasi hoaks. Sebagai aparaturnegara, kepolisian melahirkan beberapa upaya untuk menanggulangi permasalahan tersebut, lahirnya undang-undang ITE juga merupakan salah satu upaya dalam mengurangi penyebaran hoaks.

Bidang humas Kepolisian daerah Sulawesi Selatan dalam menjalankan strategi penggunaan media sosial dan upaya literasi dalam mengurangi penyebaran informasi hoaks di masyarakat dihadapkan pada beberapa hambatan, antara lain : 1) kurangnya minat dari netizen untuk ikut serta dalam menyebarkan informasi bahaya penyebaran hoaks dengan men-share atau men-like ataupun merepost postingan. 2) adanya sikap antipasti masyarakat terhadap kepolisian, sehingga kurang percaya dengan hal-hal yang diinformasikan kepolisian di media sosial. 3) hambatan dari internal kepolisian, seperti kurangnya sdm yang memahami betul penggunaan media sosial dengan bijak dalam menyikapi penyebaran informasi hoaks.

Hambatan ini kemudian dijadikan bahan pertimbangan untuk bidang humas polda Sulsel untuk terus memperbaiki system ataupun upaya yang telah dilakukan untuk memenuhi pengurangan penyebaran informasi hoaks di media sosial.

BAB V PENUTUP

A. SIMPULAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan penelitian maka dapat disimpulkan bahwa :

1. Strategi penggunaan media sosial yang dilakukan oleh bidang humas kepolisian daerah Sulawesi selatan dalam mengurangi penyebaran informasi hoaks : pertama, metode patroli siber yaitu pengawasan dan pemantauan dimedia sosial. Humas polda Sulsel tidak menerapkan komunikasi dan edukasi dalam penerapan metode patroli siber ini. Kedua, klarifikasi segera yang diterapkan humas polda Sulsel sejalan dengan dua pilar dalam konsep strategi media sosial yaitu komunikasi dan kolaborasi. Sebagai lembaga keamanan negara, kepolisian berhak memberikan penjelasan kepada masyarakat terkait adanya informasi-informasi yang dianggap dapat mengancam ketertiban umum ataupun bersifat meresahkan. Ketiga, penyebaran informasi yang dilakukan humas polda Sulsel melalui media sosial berupa postingan gambar-gambar, meme, quote, ataupun video mengenai bahaya penyebaran hoaks telah sejalan dengan konsep strategi media sosial yaitu komunikasi, kolaborasi, edukasi dan hiburan.
2. Sebagai aparaturnegara yang bertugas untuk menciptakan rasa aman kepada warga negara, kepolisian menerapkan beberapa upaya untuk mengurangi penyebaran informasi hoaks dimedia sosial. salah

satu upaya yang dilakukan adalah upaya literasi. Adapun upaya literasi yang dilakukan Bidang Humas Kepolisian Daerah Sulawesi Selatan dalam mengurangi penyebaran informasi hoaks di media sosial, antara lain: melaksanakan pelatihan dan workshop kepada internal kepolisian mengenai penggunaan media sosial yang baik dan benar agar tidak mudah terpercay oleh hoaks, melakukan sosialisasi dan diskusi langsung dengan masyarakat dan pihak-pihak kemitraan mengenai bahaya penyebaran hoaks dan ancaman terjerat uu ITE, dan literasi melalui media massa dan media sosial seperti menampilkan foto ataupun gambar ilustrasi mengenai tahapan mengidentifikasi informasi yang diterima, atau dengan memposting video bahaya penyebaran hoaks.

3. Dalam mengelola dan menggunakan media sosial dalam mengurangi penyebaran informasi hoaks, bidang humas polda Sulsel juga menemui beberapa hambatan yang dianggap dapat mempengaruhi bagaimana kepolisian dapat menggunakan media sosial dengan lebih baik kedepannya. Adapun hambatan yang dialami Bidang Humas Kepolisian Daerah Sulawesi Selatan dalam mengurangi penyebaran informasi hoaks di media sosial, antara lain : pertama, kurangnya minat dari netizen untuk ikut serta dalam menyebarkan informasi bahaya penyebaran hoaks dengan men-share atau men-like ataupun me-repost postingan. Kedua, adanya sikap antipasti masyarakat terhadap kepolisian, sehingga kurang percaya dengan

hal-hal yang diinformasikan kepolisian di media sosial, dan Ketiga, hambatan dari internal kepolisian, seperti kurangnya sdm yang memahami betul penggunaan media sosial dengan bijak dalam menyikapi penyebaran informasi hoaks.

B. SARAN

Adapun saran yang peneliti masukkan berdasarkan proses penelitian yang selama ini dijalani, antara lain :

1. Perlu adanya sikap terbuka dan transparan terhadap adanya metode pengawasan dan monitoring yang dilakukan kepolisian di media sosial agar masyarakat dapat lebih bersikap antisipasi terhadap segala informasi yang diterimanya di media sosial.
2. Diperlukan adanya publikasi secara rutin yang dilakukan kepolisian kepada masyarakat terkait temuan pesan-pesan yang mengandung hoaks saat melakukan patroli siber. Misalnya dengan membuat sebuah akun media sosial yang khusus berisi segala temuan-temuan informasi yang mengandung hoaks, sehingga masyarakat dapat dengan mudah mendapatkan informasi terkait adanya upaya penyebaran hoaks.
3. Dalam melakukan sosialisasi kepada masyarakat mengenai bahaya penyebaran hoaks, perlu di jelaskan secara detail apa saja ancaman yang akan menjerat terkait dengan isi uu ITE.

DAFTAR PUSTAKA

Sumber Buku

- Arifin, Anwar Andipate. 2016. Paradigma Baru Public Relations Teori, Strategi, dan Riset. Jakarta: Pustaka Indonesia Jakarta dan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Persada Indonesia.
- Budhijanto, Danrivanto. (2010). Hukum Telekomunikasi, Penyiaran & Teknologi Informasi regulasi dan konvergensi. Bandung. Refika Aditama.
- Cangara, Hafied. 2010. Pengantar Ilmu Komunikasi. Jakarta. Rajawali Pers.
- . 2014. Perencanaan dan Strategi Komunikasi. Jakarta. Rajawali Pers.
- Cultip, S., Center, A., & Broom, G. 2011. *Effective Publik Relations* (Edisi Ke-9). Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Fiske, John. 2012. Pengantar Ilmu Komunikasi edisi ketiga. Jakarta. Rajawali Pers.
- Flew, Terry. 2014. *New Media: an Introduction*. Australia Sydney: Oxford University Press.
- Donohew, L. and L. Tipton. 1973. *A Conceptual Model Information Seeking, Avoiding and Processing*. New Holder for Communication Research. Sage Publication: London.
- Gunawan, budi. Ratmono, Barito Mulyo. (2018). *Kebohongan Dunia Maya: Memahami Teori dan Praktik-praktiknya di Indonesia*. Jakarta:KPG (Kepustakaan Populer gramedia).
- Greenlaw, Raymond., Hepp, Ellen. 2002. *Fundamentals Of The Internet And The World Wide Web, Second Edition*. New York: McGraw-Hill.
- Harjono. 2009. *Mendayagunakan Internet*, Jakarta : Elex Media Komputindo.
- Heeter, Carrie. 1988. *Communications and Information Science Series*. New york. Ablex Publishing,
- Heggde, githa. Shainesh, g. 2018. *Social Media Marketing : Emerging Concepts and Applications*. Palgrave Macmillan. Singapore.

- Jamilah M, Eli. 2016. Modul Perkuliahan; New Media and Society Ruang Lingkup New Media and Society. Pusat Bahan Ajar dan eLearning Universitas Mercu Buana.
- Kriyanto, Rachmat. 2014. Teori Public Relation Perspektif Barat dan Lokal: Aplikasi Penelitian dan Praktik. Jakarta: Kencana.
- 2010. Teknik Praktis Riset Komunikasi. Jakarta. Kencana.
- McQuail, Denis. 2010. McQuail's Mass Communication Theory 6th Edition. London. SAGE Publications.
- Miles, Matthew B., Huberman, A. Michael., Saldana, Johnny. 2014. Qualitative data analysis: a methods sourcebook. United States. SAGE Publications.
- Moerdijati, S. 2012. *Pengantar ilmu Komunikasi*. Surabaya. Revka Petra Media
- Nasrullah, Rulli. 2012. Komunikasi Antarbudaya Di Era Budaya Siber. Jakarta. Kencana
- , 2014. Teori dan Riset Media Siber (*Cybermedia*). Jakarta. Kencana
- , 2015. Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi. Bandung (ID): Simbiosis Rekatama Media.
- Rogers, Everett M. 1983. Diffusion of Innovations. London: The Free Press
- Supriyanto, Aji. 2008. Pengantar Teknologi Informasi. Makassar : Salemba Empat.
- Safko, Lon. & Brake, David K. 2009. The Social Media Bible: Tactics, Tools, and Strategies for Business Success. John Wiley & Sons
- Tamburaka, Apriadi. 2013. Literasi Media: Cerdas Bermedia Khalayak Media Massa. Jakarta. Rajawali Pers.
- Unde, Andi Alimuddin. 2014. Televisi & Masyarakat Pluralistik. Jakarta: Prenada.
- Warsita, Bambang. 2008. Teknologi Pembelajaran Landasan & Aplikasinya. Jakarta: Rineka Cipta

Walsh, Lynda. 2006. *Sins against Science: The Scientific Media Hoaxes of Poe, Twain, and Others*. State University of New York Press. New York.

West, Richard. Turner, Lynn H. 2008. *Pengantar Teori Komunikasi Edisi 3 Analisis dan Aplikasi*. Jakarta. Salemba Humanirka.

Yatim, Rianto. 1996. *Metodologi Penelitian Pendidikan Tujuan Dasar*. SIC. Surabaya.

Sumber Artikel, Tesis, Jurnal dan Makalah

Allcott, Hunt. & Gentzkow, Matthew. 2017. Social Media and Fake News in the 2016 Election. *Journal of Economic Perspectives—Volume 31, Number 2—Spring 2017—Pages 211–236*

Armiadi. 2017. *Hoaks dan Kebebasan Informasi (Studi Kasus Pernyataan Habib Rizieq Syahib Tentang Lambing Palu Arit Di Mata Uang Cetakan Beru Pada Media Online Youtube.Com)*. Makassar.

Effendy, Adlyah. 2017. *Analisis Penggunaan Facebook dan Website Dalam Mempromosikan Pariwisata Kabupaten Majene oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Majene*. Makassar.

Finneman, Teri. & Thomas, Ryan J. 2018. A family of falsehoods Deception, media hoaxes and fake news. *NOND of AEJMC Article reuse guidelines: sagepub.com/journals-permissions DOI: 10.1177/0739532918796228 journals.sagepub.com/home/nrj*

Fitriani. Yuni. 2017. *Analisis Pemanfaatan Berbagai Media Sosial Sebagai Sarana Penyebaran Informasi Bagi Masyarakat*. Sumber : *Jurnal Paradigma*, Vol. 19 No.2, September 2017.

Golose, Petrus Reinhard. 2019. *Strategi Penanganan Firehose of Falsehood pada Era Post-Truth (Kajian dalam rangka menyukseskan pemilu 2019)*. Sumber : *Jurnal Ilmu Kepolisian*, Volume 13 No. 1, April 2019.

Jati, Makung Ismoyo. 2019. *Manajemen Media Sebagai Intervensi dalam Menanggulangi Isu Provokatif di Medsos*. Sumber : *Jurnal Ilmu Kepolisian*, Volume 13 No. 1, April 2019.

Kuhlthau, Carol C. 1991. *Inside the Search Process: Information Seeking from the User's Perspective*. *Journal Of The American Society For Information Science*.

- Monica, Dona Raisa. 2017. Upaya Kepolisian Dalam Penanggulangan Tindak Pidana Penyebaran Hoax. Universitas Lampung.
- Muladiyah, Andi. 2017. Pemanfaatan Whatsapp Messenger Info Dalam Pemberian Informasi dan Peningkatan Kinerja Pada Sub Bagian Program Pemerintah Provinsi Sulawesi Selatan. Makassar.
- Prigunanto, Ilham. 2019. Pertarungan Informasi di Era Digital; Strategi Manajemen Media Dan Informasi Pada Petugas Polisi Diera Cyber Digital. Sumber : Jurnal Ilmu Kepolisian, Volume 13 No. 1, April 2019.
- Pendleton, Victoria. and Chatman, Elfreda. 1998. Small World Lives: Implications For The Public Library. School of Information and Library Science, The Yniversity of North Carolina at Chapel Hill, Vol. 46, No. 4, Spring 1998, pp. 732-752
- Sriwahyuni R, Waode. 2017. Analisis Pemanfaatan Media Sosial Dalam Menunjang Proses Pembelajaran Siswa Smun 1 Makassar. Makassar.
- Tawaqal, Rizki Surya, Setianti, Yanti, Setiawan, Wawan. 2018. Corporate Branding Kepolisian Negara Republik Indonesia Dalam Gerakan Anti Hoax. Sumber : Jurnal Komunikasi Vol.9 No.1, Maret 2018. ISSN 2579-3292 <http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/jkom>

Website

- Diakses tanggal 20 mei 2019.
<http://falahysnk.blogspot.com/2017/10/digita-theory-new-media.html>
- Diakses tanggal 21 mei 2019 <http://all-about-theory.blogspot.com/2010/03/teori-integrasi-informasi.html>
- Diakses tanggal 8 Agustus 2019
<https://www.slideshare.net/sorayaratna/soraya-ratna-pratiwi-teori-media-baru-new-media-theory>
- Diakses tanggal 12 Agustus 2019
https://kominfo.go.id/content/detail/7606/melindungi-keluarga-dari-konten-negatif-dunia-maya/0/sorotan_media
- Diakses tanggal 16 agustus 2019
<https://www.tempo.co> majalah berita mingguan tempo edisi 2-8 januari 2017 ISSN: 0126-4273

Diakses tanggal 20 Agustus 2019

<https://www.cnnindonesia.com/nasional/20190819200236-20-422845/kronik-rusuh-papua-dari-malang-menjalar-hingga-makassar>

Diakses tanggal 28 agustus 2019

<https://inet.detik.com/cyberlife/d-1654196/pbb-akses-internet-hak-asasi-manusia>

Diakses tanggal 28 agustus 2019

https://kominfo.go.id/content/detail/11711/ini-konten-negatif-yang-dominan-di-indonesia/0/sorotan_media

Diakses tanggal 28 agustus 2019

<https://tekno.kompas.com/read/2019/02/04/19140037/separuh-penduduk-indonesia-sudah-melek-media-sosial>

Diakses tanggal 10 September 2019

<https://www.liputan6.com/tekno/read/3906736/instagram-adalah-platform-berbagi-foto-dan-video-ini-deretan-fitur-canggihnya>

Diakses tanggal 15 September 2019

Ronnestam, J. (2017, 9 1). books. Retrieved from ronnestam.com:
<http://www.ronnestam.com/stillvalid-top-10-blog-posts-on-future-branding-and-communication/>

Diakses tanggal 5 oktober 2019

Netral, Harian. (2014). Pengertian Strategi Menurut Para Ahli.
<http://hariannetral.com/2014/12/pengertian-strategi-menurut-beberapa-ahli.html>

Diakses 5 oktober 2019

<https://nasional.kompas.com/read/2017/02/28/13203281/kata.hoaks.dan.meme.sudah.tercatat.di.kamus.bahasa.indonesia>

LAMPIRAN-LAMPIRAN

Lampiran 1**PEDOMAN WAWANCARA**

Judul Penelitian : Analisis Strategi Penggunaan Media Sosial Dalam Mengurangi Penyebaran Informasi Hoaks Oleh Bidang Humas Kepolisian Daerah Sulawesi Selatan

Nama :

Jabatan :

Tgl Wawancara :

**Pedoman wawancara untuk informan pejabat Bidang Humas
Kepolisian Daerah Sulawesi Selatan**

INDIKATOR	PERTANYAAN
<p>Strategi Penggunaan Media Sosial dalam mengurangi penyebaran informasi hoaks</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Sejak kapan humas polda aktif menggunakan media sosial sebagai sarana penyampaian dan penyebaran informasi ? 2. Apa yang mendasari kepolisian menggunakan media sosial ? 3. Apakah dalam menyampaikan informasi di media sosial, melalui beberapa prosedur ? 4. Informasi apa saja yang telah diberikan kepolisian melalui media sosial ? 5. Apakah antara satu media sosial ke media sosial lainnya saling berkaitan ? atau saling terhubung ? 6. Apakah dalam penyampaian informasi anti hoaks di media sosial, humas polda memperhatikan latar belakang

	<p>followers atau khalayak yang ada di media sosial ?</p> <p>7. Bagaimana pemilihan pesan atau kata2 yg akan dituliskan di media sosial polda ? apakah ada tatacara atau aturan mengenai pemilihan kata2 tersebut ?</p> <p>8. Apakah ada cara atau metode tertentu yang dilakukan humas polda dalam mengidentifikasi sebaran pesan hoaks yang ada di media sosial ?</p>
<p>Upaya Literasi dalam menyadarkan masyarakat mengenai bahaya penyebaran informasi hoaks di media sosial</p>	<p>1. Terkait permasalahan penyebaran informasi hoaks, bagaimana humas polda hadir untuk mengatasi permasalahan tersebut ?</p> <p>2. Apakah upaya terkait himbuan bahaya hoaks di media sosial sudah tepat dilakukan ?</p>
<p>Hambatan dalam mengurangi penyebaran informasi hoaks di media sosial</p>	<p>1. Apa saja hambatan yang biasa ditemukan kepolisian dalam mengelola media sosial ?</p> <p>2. Bagaimana kepolisian menangani hambatan tersebut ?</p>

Lampiran 2**PEDOMAN WAWANCARA**

Judul Penelitian : Analisis Strategi Penggunaan Media Sosial Dalam Mengurangi Penyebaran Informasi Hoaks Oleh Bidang Humas Kepolisian Daerah Sulawesi Selatan

Nama :

Jabatan :

Tgl Wawancara :

Pedoman wawancara untuk informan anggota Banum Bidang Humas Kepolisian Daerah Sulawesi Selatan (admin media sosial)

INDIKATOR	PERTANYAAN
<p>Strategi Penggunaan Media Sosial dalam mengurangi penyebaran informasi hoaks</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Sejak kapan humas polda aktif menggunakan media sosial sebagai sarana penyampaian dan penyebaran informasi ? 2. Apa yang mendasari kepolisian menggunakan media sosial ? 3. Apakah dalam menyampaikan informasi di media sosial, melalui beberapa prosedur ? 4. Informasi apa saja yang telah diberikan kepolisian melalui media sosial ? 5. Apakah antara satu media sosial ke media sosial lainnya saling berkaitan ? atau saling terhubung ? 6. Apakah dalam penyampaian informasi anti hoaks di media sosial, humas polda memperhatikan latar belakang

	<p>followers atau khalayak yang ada di media sosial ?</p> <p>7. Bagaimana pemilihan pesan atau kata2 yg akan dituliskan di media sosial polda ? apakah ada tatacara atau aturan mengenai pemilihan kata2 tersebut ?</p> <p>8. Apakah ada cara atau metode tertentu yang dilakukan humas polda dalam mengidentifikasi sebaran pesan hoaks yang ada di media sosial ?</p>
<p>Upaya Literasi dalam menyadarkan masyarakat mengenai bahaya penyebaran informasi hoaks di media sosial</p>	<p>1. Terkait permasalahan penyebaran informasi hoaks, bagaimana humas polda hadir untuk mengatasi permasalahan tersebut ?</p> <p>2. Apakah upaya terkait himbauan bahaya hoaks di media sosial sudah tepat dilakukan ?</p>
<p>Hambatan dalam mengurangi penyebaran informasi hoaks di media sosial</p>	<p>1. Apa saja hambatan yang biasa ditemukan kepolisian dalam menyebarkan himbauan bahaya hoaks di media sosial ?</p> <p>2. Bagaimana kepolisian menangani hambatan tersebut ?</p>

Lampiran 3

DOKUMENTASI WAWANCARA DENGAN INFORMAN



Gambar : Wawancara bersama Kepala Bidang Humas Kepolisian Daerah Sulawesi Selatan, Bapak Kombes Pol. Dicky Sondani, S.I.K, M.H.



Gambar : Wawancara bersama Kepala Subbidang Pengelolaan Informasi dan Dokumentasi Humas Kepolisian Daerah Sulawesi Selatan, Bapak AKBP Sabrin Soleman



Gambar : Wawancara bersama Kepala Subbidang Penerangan Masyarakat Humas Kepolisian Daerah Sulawesi Selatan, Bapak Kompol Arsyad



Gambar : Wawancara bersama Kepala Subbidang Multimedia
Humas Kepolisian Daerah Sulawesi Selatan,
Bapak Kompol Aziz M